

»Mit den Medien arbeiten lernen, heißt, in Kenntnis ihrer Machtstrukturen und Arbeitsweisen Pressearbeit zu betreiben. ... Mediengerechte Öffentlichkeits- und Pressearbeit heißt nicht, sich den existierenden Strukturen bis zur Unkenntlichkeit anzupassen, sondern die bestehenden Chancen vernünftig, d.h. im Sinne unserer Arbeit zu nutzen.«

Franz Stänner, ehemaliger Pressesprecher der Fraktion¹

Kapitel 10

Grüne, Massenmedien und Öffentlichkeit

Manfred Knoche und Monika Lindgens

10.1 Grüne und Massenmedien: ein ambivalentes Verhältnis

10.1.1 Grüne Medienpolitik: Forderungen und Politikabstinenz

Das Verhältnis der Grünen zu den Massenmedien ist vielschichtig und voller Widersprüche. Entsprechend spannungsgeladen ist bis heute die innerparteiliche Diskussion zu den Massenmedien und entsprechend ambivalent war stets das politische Handeln der Grünen gegenüber den Medien. Das Thema Medien gehört zweifellos bei den Grünen zu den Streithemen, die reichlich Anlaß zu tiefgreifenden Auseinandersetzungen boten. Nicht zu übersehen ist dabei, daß auch hier wie bei anderen Themen die prinzipielle Auseinandersetzung nicht selten als Mittel der persönlichen Auseinandersetzung benutzt wurde. Wer einmal als »medienhörig« oder »mediengeil« galt, hatte innerparteilich einen schweren Stand. Insofern ist die Medienproblematik eng verbunden mit der allgemeinen Elite-Problematik, dem Strömungskonflikt und der Streitkultur bei den Grünen.

Analysen zum Verhältnis Grüne und Massenmedien² müssen von zwei Dimensionen ausgehen, die sich wechselseitig bedingen: Medienpolitik und Umgang mit den

1 Die Grünen im Bundestag. Vortrag vor PressesprecherInnen der Landtagsfraktionen Die Grünen/Bündnis 90 in den neuen Bundesländern, Berlin 19.11.1990.

2 Unsere Analysen basieren im wesentlichen auf Ergebnissen unserer gemeinsamen Forschungsarbeit im Rahmen des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft im Schwerpunktprogramm »Publizistische Medieneffekte« geförderten Projekts »Medienwirkungsforschung«, das 1983-1990 am Institut für Publizistik und Kommunikationspolitik der Freien Universität Berlin durchgeführt wurde (Knoche et al. 1988, 1990, 1992). Die Arbeiten wurden von Monika Lindgens an der Abteilung Öffentlichkeit und soziale Bewegungen am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) und von Manfred Knoche an der Sectie Communicatiewetenschap der Vrije Universiteit Brussel (Belgien) weitergeführt.

Massenmedien. Eindeutig im Vordergrund stand die Frage, wie man als Grüner mit den Medien umgehen kann und soll, vor allem aber, wie man mit ihnen umgehen darf, ohne gegen »grüne Prinzipien« zu verstößen und ohne mit innerparteilichen Abschaffungen rechnen zu müssen. Um die Medien als Objekt grüner Politik, also um Medien- oder Kommunikationspolitik³, ging es in den innerparteilichen Auseinandersetzungen dagegen kaum einmal. Dies wäre eigentlich vom Anspruch und vom Entstehungshintergrund dieser Partei her zu erwarten gewesen. Und es wäre durchaus zur grundsätzlicheren Klärung des Verhältnisses der Grünen zu den Massenmedien nützlich gewesen.

Der hohe Stellenwert, den der Umgang mit den Medien bei den Grünen hat, ist jedoch politisch gerechtfertigt. Denn das Besondere dieser Auseinandersetzung liegt in der besonderen Rolle der Massenmedien bei der Politikvermittlung begründet. Die Massenmedien sind Objekt *und* Mittel der Politik. Der Begriff Medienpolitik ist doppelseitig: Medienpolitik ist einerseits ein eigenständiges Politikfeld wie Umweltpolitik oder Wirtschaftspolitik, andererseits wird mit oder über Medien Politik gemacht. Angesichts der kaum bestreitbaren realen Bedeutung der etablierten Massenmedien für die Politikvermittlung in parlamentarischen Demokratien ist es evident, daß keine Partei sich diesem Grundproblem entziehen kann, auch wenn sie noch so sehr eine »Partei neuen Typs« oder eine »Anti-Parteien-Partei« sein will. Es hat deshalb auch eine gewisse Berechtigung, daß die Medienfrage zuweilen zur Existenzfrage hochstilisiert wird: Die Existenz der Partei als relevante politische Kraft, aber auch die Existenz von Strömungen und Personen im innerparteilichen Kräfteverhältnis steht auf dem Spiel.

Hinsichtlich ihres grundsätzlichen Verhältnisses zu den Massenmedien unterscheiden sich die Grünen grundlegend von den anderen Parteien. Sie sehen die Medien einerseits als Teil des etablierten politischen Systems, das sie insgesamt grundsätzlich verändern wollen; vor allem in der Anfangsphase gab es deshalb zuweilen »offenes Mißtrauen und teilweise erhebliche Aggressionen«⁴ gegenüber den Medienvertretern. Andererseits ist den Grünen mehr oder weniger schmerzlich bewußt, daß sie für eine Vermittlung ihrer Politik an eine breite Bevölkerung wesentlich stärker als die etablierten Parteien auf das »good will« der Massenmedien angewiesen sind. Daraus erklärt sich die primäre Hinwendung zu den etablierten Medien, verbunden mit dem Bestreben, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für grüne Politik nach professionellen Regeln des Journalismus für eine »bürgerliche« Öffentlichkeit zu betreiben.⁵

Zur langfristigen Analyse der Darstellung der Grünen in den Massenmedien wurde die Berichterstattung über die Grünen in Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen analysiert und mit dem Input der Grünen (Wahlprogramme, Wahlkampfzeitungen und Pressemitteilungen) verglichen. Zusätzlich wurden 1990/91 in Intensivinterviews mit ehemaligen Bundestagsabgeordneten und ÖffentlichkeitsarbeiterInnen der Grünen deren Einschätzungen und Erfahrungen zum Verhältnis von Grünen und Massenmedien ermittelt.

³ Im 1980 verabschiedeten und seitdem nicht mehr fortgeschriebenen »Teil V.8 Medien« des Bundesprogramms der Grünen findet man nur eine knappe Zusammenfassung medienpolitischer Forderungen. Ein »Medienpolitisches Programm der GRÜNEN« wurde nur einmal, auf der Bundesversammlung in Offenburg im Dezember 1985, verabschiedet und seitdem nicht mehr aktualisiert; es bezieht sich nur auf Radio und Fernsehen, ein Bezug zur Presse fehlt völlig.

⁴ Wolf-Dieter Hasenclever et al.: Grüne Zeiten. Politik für eine lebenswerte Zukunft, München 1982:70.

⁵ Vgl. Stänner 1989:38.

Die Grünen befinden sich folglich in einem Dilemma. Analog gesehen sind sie in der Lage einer Partei, die den Ausstieg aus der Atomenergie fordert und gleichzeitig existentiell darauf angewiesen ist, daß ihre Politik über die Filter der Atomkraftwerke vermittelt wird. Insofern sind innerparteiliche Konflikte über den Umgang mit den Medien unvermeidbar. Denn im Unterschied zu den anderen Parteien steht für die Grünen eine allzu starke Anpassung an die etablierte Medienproduktion im Widerspruch zu ihren politischen Zielen. Berührt sind also Fragen der politischen Strategie und Taktik, auf dem Spiel stehen »grüne Identität« und Glaubwürdigkeit der Partei.

Gerade in dieser Situation konnte es sich zwar innerparteilich nur nachteilig auswirken, daß wesentlich mehr *über* die Medien als *gegen* die Medien gestritten wurde. Aber ein entschiedener medienpolitischer Kampf der Grünen gegen die etablierten Medien wäre vermutlich höchst nachteilig für die weiteren Chancen der Grünen als politische Kraft in der Gesellschaft gewesen. Vor dem Hintergrund dieses grundsätzlichen Dilemmas ist die Politikabstinenz im Bereich der Medienpolitik verständlich.⁶ Das bedeutet nicht, daß es die Grünen nicht auch hier zu einem ansehnlichen Forderungskatalog gebracht hätten. Im Gegensatz zu vielen anderen Politikbereichen wurden jedoch die medienpolitischen Forderungen mit meist systemveränderndem Charakter weder innerparteilich noch in der Öffentlichkeit besonders propagiert⁷, geschweige denn auf ihre Durchsetzung gedrängt.⁸

Die medienpolitische Abstinenz muß als Zeichen gewertet werden, daß auch bei den Grünen wie bei den anderen Parteien hinsichtlich der Medien keine Neigung zu »politischen Selbstmord« besteht. Man schätzt offensichtlich die Medien realitätsgerecht als so mächtig ein, daß eine entschiedene Medienpolitik, etwa der aktive Einsatz für die Entwicklung eines »Medien-Umbauprogramms« eine ebenso entschiedene Gegnerschaft der Medienunternehmen und eine Erhöhung von Medienbarrieren für grüne Politik zur Folge hätte. Dieser Realitätssinn, verbunden mit einer relativ unverbindlichen kulturkritischen Attitüde⁹ gegenüber der zunehmenden Kommerzialisierung des Mediensystems, ist offensichtlich auch bei denjenigen Grünen ausgeprägt, die ansonsten den Begriff Realpolitik abwertend gebrauchen.

Ausgangspunkt der meisten medienpolitischen Forderungen war eine mehr oder weniger grundsätzliche Kritik des Massenmediensystems, die seit der Gründung der Bundespartei 1980 in größeren zeitlichen Abständen öffentlich geäußert wurde. In dem von den Grünen im Bundestag im Mai 1984 verbreiteten »Wildsachsener Startschuß« zum Beispiel wurde unter dem Motto »Die Zeit ist reif: Für eine Demokratisierung von Rundfunk und Fernsehen« kurz und bündig festgestellt: »Rundfunk und Fernsehen als Mittel der Kommunikation in unserer Gesellschaft soll der Verständigung der Bürger untereinander dienen. Dieses Ziel schließt die Unterordnung von

6 Verständlich ist die Abstinenz unter anderem auch deshalb, weil offensichtlich innerparteilich wie in der gesamten Bevölkerung Medienpolitik traditionell – im Gegensatz zur realen politischen Bedeutung des Mediensystems – ein Randthema ist. Es ist also auch für grüne Politiker wesentlich attraktiver, *mit* den Medien statt *gegen* die Medien Politik zu machen.

7 In den Wahlprogrammen zu den Bundestagswahlen 1987 und 1990 gibt es keinen Abschnitt zur Medienpolitik.

8 Das Thema »Medienpolitik der Grünen« wird im vorliegenden Beitrag nur insoweit behandelt, als es zur Analyse und Erklärung des Verhältnisses Grüne – Massenmedien für relevant erachtet wurde.

9 Für diese Medienpolitik der Partei war der mehrheitlich fundamentalistisch geprägte Bundesvorstand sowie die Bundesarbeitsgemeinschaft »Kultur und Medien« zuständig

Rundfunk und Fernsehen unter kommerzielle, parteipolitische oder staatliche Sonderinteressen aus.«¹⁰

In dem bis heute gültigen medienpolitischen Programm von 1985 fordern die Grünen für den Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks grundlegende Veränderungen, unter anderen Staatsferne und Parteienunabhängigkeit der Kontrollgremien, Veränderung der Zusammensetzung der Kontrollgremien nach »gesellschaftlich relevanten« Gruppen, Vertretungsrecht für Minderheiten, Frauenquote, Demokratisierung der Organisationsstruktur des Rundfunks und Redaktionsstatuten zur innerbetrieblichen Mitbestimmung für Journalisten.¹¹ Auch eine grundlegende Reform der privatwirtschaftlichen Organisation des Pressewesens wird bis heute gefordert. »Um die Existenz von – von Kapital- und Machtzentration unabhängigen – pluralen Printmedien sicherzustellen«¹² werden unter anderem für notwendig gehalten: Kartellrechtliche Regelungen gegen Monopolbildung, Redaktionsstatuten zum Schutz für Journalisten vor Verlegereingriffen in die redaktionelle Arbeit und zur redaktionellen Mitbestimmung der Journalisten, Streichung des Tendenzschutzparagraphen im Betriebsverfassungsgesetz sowie die Förderung partei- und verbandsunabhängiger und nicht kommerziell orientierter Zeitungen und Zeitschriften.

Einen großen Stellenwert hatte von Beginn an die entschiedene Ablehnung von Medienentwicklungen, die es Anfang der 80er Jahre in Deutschland nicht oder erst im Ansatz gab, deren kommende Bedeutung aber abzusehen war: die Kommerzialisierung des Mediensystems (Privater Rundfunk) und die Entwicklung von neuen Kommunikations- und Medientechnologien (Neue Medien). Medienpolitik der Grünen beschränkt sich allerdings bis heute größtenteils auf das Programmatische und bezüglich der »alten« Medien Presse und Rundfunk größtenteils auf bekannte Forderungen, die schon seit Jahrzehnten vor ihnen von Seiten der Journalistengewerkschaft und des Journalistenverbandes, teilweise auch von der SPD, erhoben werden.¹³ Konkrete politische Initiativen gab es nur selten. Einer der wenigen, die sich schon früh sowohl um den Umgang mit den Medien als auch um die Medienpolitik der Partei kümmerte, war Heinz Suhr, heute Pressesprecher der Abgeordnetengruppe Bündnis 90/Die Grünen im Bundestag. Als Nachrücker der Grünen im Bundestag war er im September 1984 der Meinung: »Den GRÜNEN als derzeit drittstärkster und einziger kulturliberaler Partei kommt die höchst dringliche Aufgabe zu, einen Anlauf zu einem ersten Medienrechtsrahmengesetz auf Bundesebene in Abstimmung mit den Landesmediengesetzen zu starten.«¹⁴ Mit Medienpolitik beschäftigte sich im Kontext der Bundestagsfraktion in den folgenden Jahren vor allem die Bundesarbeitsgruppe

10 Die Grünen im Bundestag, Pressedienst 27.5.1984. Dieser Startschuß wurde auf einer Wochenendtagung von Bundestagsabgeordneten und der Bundesarbeitsgruppe »Computer und Medien« der Grünen abgegeben.

11 Eine ausführliche Darstellung des medienpolitischen Programms der Grünen findet sich in Franck 1992.

12 Franck 1992:202.

13 Insofern sind die Forderungen nicht als radikal, aber doch als so grundlegend anzusehen, daß sie bei den bestehenden Machtverhältnissen wohl auf unabsehbare Zeit nicht durchsetzbar sind. Die Forderungen liegen ungefähr auf der Linie der IG Medien, deren Hauptforderungen (und die ihrer Vorgängerorganisation IG Druck und Papier), etwa zur Mitbestimmung der Journalisten in Medienbetrieben, bislang keine Chance der Durchsetzung hatten.

14 Heinz Suhr: Wider die geistige McDonaldisierung. Wenn die äußere Pressefreiheit abnimmt, muß die innere Pressefreiheit zunehmen, in: Das Parlament 15 9 1984:5. Zur Verabschiedung eines Medienrechtsrahmengesetzes kam es nicht

»Computer und Medien«¹⁵, allerdings mit einem deutlichen Schwerpunkt in der Ablehnung »Neuer Medien« und der Propagierung »alternativer Medien«.

Nennenswert sind einige Initiativen zu neuen Landesmediengesetzen in den Bundesländern, in denen die Grünen an der Regierung beteiligt waren oder noch sind, in Hessen, Berlin, Niedersachsen und Brandenburg. Alle damit verbundenen Versuche, die Zulassung kommerzieller Rundfunksender zu verhindern, sind gescheitert.¹⁶ Das Gleiche gilt für Versuche, eine effektive Mitbestimmung für Journalisten (»Innere Pressefreiheit«) in den Medienunternehmen durchzusetzen.¹⁷

Für die bisherige Medienpolitik der Grünen gilt die Feststellung: Fast alles, was die Grünen *nicht* wollten, ist eingetreten, und *fast nichts* von dem, was sie wollten, haben sie erreicht. Denn seit dem erstmaligen Einzug der Grünen in den Bundestag 1983 hat es in Deutschland eine bis dahin nicht bekannte Kommerzialisierungswelle im Hörfunk- und Fernsehbereich und eine beispiellose Konzentrationswelle im Pressebereich gegeben, die sich mittlerweile auf alle Medienbereiche bezieht. Auch die Verbreitung Neuer Medien, die Grüne verhindern oder boykottieren wollten, ist seitdem beachtlich vorangeschritten. Die angestrebte »Gegenöffentlichkeit« von Alternativmedien und vor allem von »Freien Radios« hat keine gesellschaftliche Relevanz erlangen können. Schließlich kann von einer institutionalisierten Mitbestimmung der Journalisten bei Presse, Hörfunk und Fernsehen nach wie vor nicht im Ansatz die Rede sein.

Dies ist nicht überraschend, sondern ein deutliches Zeichen einer ausgeprägten mediapolitischen Ohnmacht der Grünen, soweit sie als Oppositionspartei keinen Einfluß auf die Entwicklung hatten. Es könnte aber auch Ausdruck eines möglicherweise wohlkalkulierten Mangels an Veränderungsbereitschaft der Grünen als Regierungspartei in einigen Bundesländern sein. Geringe Veränderungsbereitschaft ist in diesem Fall erklärlich, weil auch in einer Regierungskoalition mit der SPD die Gestaltungsmöglichkeiten im Medienbereich sehr eingeschränkt sind, spätestens seit der mediapolitischen Wende der SPD hin zur Akzeptanz des Privatfunks im Jahr 1984.

Da die Grünen jedoch nicht nur das bestehende Gesellschaftssystem, sondern auch das etablierte Mediensystem grundsätzlich verändern wollen, ist das Verhältnis Grüne und Massenmedien in seinem Wesen als eine Gegnerschaft zu charakterisieren. Denn die Medienunternehmen wären von den Forderungen der Grünen, würden sie verwirklicht, in doppelter Weise bedroht: in ihren primär ökonomischen Eigeninteressen als Unternehmen und in ihren damit verbundenen politischen Interessen an der Sicherung des ökonomisch-politischen Status quo.

Aus dieser Konstellation ergeben sich für die Medienunternehmen zwei Strategien gegenüber den Grünen, die denjenigen der Grünen gegenüber den Medien strukturell

15 Auf Parteilebene gibt es die Bundesarbeitsgemeinschaft »Kultur und Medien«, die sich allerdings bislang mehr um Kultur als um Medien kümmerte. Mediapolitische Themen der Grünen wurden zeitweise auch in dem vom Kommedia Medienbuchladen Berlin herausgegebenen und von den Grünen im Bundestag unterstützten Medienmagazin Chips & Kabel behandelt.

16 Nur die erste rot-grüne Koalition in Hessen hatte 1986/87 für dieses Bundesland die Ausstrahlung von privaten Fernsehprogrammen verweigert.

17 In Niedersachsen hat unter anderem die Forderung nach einer gesetzlichen Sicherung von Mitspracherechten der journalistischen Mitarbeiter durch Redaktionsstatuten in die Koalitionsvereinbarung zwischen SPD und Grünen Eingang gefunden. Ein entsprechendes Gesetz wurde jedoch bislang nicht verabschiedet. Dies kann nicht verwundern, weil zum mindesten Medienfachleuten bekannt ist, daß die Medienunternehmen eine Etablierung von effektiver journalistischer Mitbestimmung mit allen ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln zu verhindern versuchen würden.

ähnlich sind, Verhindern oder Verändern: zum einen also Vorbehalte, Kritik, Ablehnung, Diffamierung oder Marginalisierung radikaler grüner Positionen mit dem Ziel des Verhinderns, zumindest der Einflußbegrenzung, zum anderen Unterstützung oder Förderung reformerischer Ansätze mit dem Ziel der Veränderung grüner Positionen und ihrer weitestmöglichen Integration in das bestehende System. Der politische Handlungsspielraum der Medienunternehmen wird jedoch dadurch eingeschränkt, daß auch sie sich in einem gewissen Dilemma befinden: Aus ökonomischen Gründen können sie die Grünen insoweit nicht völlig aus der Berichterstattung ausblenden oder nur negativ darstellen, als bei einem Anwachsen der grünen Wählerschaft auch deren Anteil unter den Käufern bzw. Nutzern der Medien wächst.

10.1.2 Umgang mit den Massenmedien: ein grünes Dilemma

Grüne Medienstrategien zum Umgang mit den Massenmedien reichen von Zurückhaltung und prinzipieller Ablehnung bis hin zu einer bewußten Orientierung an Interessen, Regeln und Nachrichtenwerten des Journalismus im Sinn einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit. Aber auch diejenigen Grünen, die sich im politischen Alltag auf die Medien einstellen, sind meist nicht frei von Skepsis hinsichtlich des praktischen Nutzens ihrer Bemühungen, die innerparteilich leicht als Anpassung an die Medien kritisiert, zumindest aber mißtrauisch beäugt werden. Vorbehalte und Skepsis gegenüber den Medien erscheinen als berechtigt angesichts der konkreten Erfahrungen, die zuerst die Grünen in der Bundesrepublik und dann auch die Bürgerrechtler und Grünen der Ex-DDR mit der Medienrealität im vereinten Deutschland gemacht haben.¹⁸

In der Auseinandersetzung um den Umgang mit den Medien spiegelt sich die politische Entwicklung der Grünen als Partei wider, sichtbar vor allem im Gegeneinander der verschiedener innerparteilicher Strömungen mit entgegengesetzten Parteikonzepten und politisch-parlamentarischen Handlungsmaximen. Relevant ist in diesem Zusammenhang auch der Widerspruch zwischen Anspruch und Wirklichkeit, das heißt zwischen propagierten, meist radikalen Zielen und den beschränkten Möglichkeiten zur Umsetzung dieser Ziele in der politischen Praxis. Je länger die Partei besteht, je mehr grüne Politiker in den Parlamenten aktiv sind und diesen Widerspruch praktisch erfahren, umso mehr geraten sie zwangsläufig unter den »Anpassungsdruck parlamentarischer Mechanismen«.¹⁹ Und umso mehr kommen sie mit der Welt der Zuge-

18 Lindgens et al. 1992:108ff. Die Bürgerrechtler und Grünen, die als Abgeordnete von Bündnis 90/Die Grünen im Dezember 1990 in den Deutschen Bundestag gewählt wurden, haben nach kurzer Zeit die Erfahrung gemacht, daß die Massenmedien ihnen kaum noch Aufmerksamkeit schenken. Nach einem kurzen Medienboom für sie als »Revolutions-Helfer« gingen die Medien wieder zur Routine der Medienbarriere für nicht etablierte Oppositionsparteien über.

19 Klotzsch et al. 1989:180-215. Wir sind aufgrund unserer langfristigen Studien der Auffassung, daß die Konstruktion einer einfachen Alternative »Systemopposition« (mit positiver Assoziation) und »staatstragende Funktion« (mit negativer Assoziation) allenfalls für die Deskription der Anfangsphase 1980 bis 1984 trägt, auf die sich die Untersuchung von Klotzsch et al. bezieht. Die mit der »Parlamentarisierung der Grünen« verbundenen Probleme sind zwar auch heute noch relevant. Sie lassen sich jedoch immer weniger durch das Einklagen außerparlamentarischer Systemopposition und ein Festhalten an Handlungsmustern neuer sozialer Bewegungen lösen.

Es handelt sich unseres Erachtens mehr und mehr um eine ungerechtfertigte Scheinalternative. Aus dem Blickfeld gerät dadurch zum Beispiel die Möglichkeit einer weiteren Entwicklung zu einer systemoppositionellen und teilweise staatsverändernden Funktion der Grünen. Diese Funktion könnten nach unserer

ständnisse und Kompromisse, der Machbarkeit, der Sachzwänge und der parlamentarischen Spielregeln in Berührung.

Damit eng verbunden ist eine wachsende Erfahrung mit den Zwängen des Mediensystems als Teil des politischen Systems. Mit der Parlamentarisierung geht eine Mediatisierung der Grünen einher, das heißt eine Anpassung an die »medialen Spielregeln«. Der Anpassungsdruck an die Medien wurde jedoch anfangs nicht so stark empfunden, weil man die Massenmedien offenbar zu sehr außerhalb des politisch-administrativen Systems ortete. Nur so ist es zu erklären, daß relativ naive Vorstellungen verbreitet waren, die Massenmedien würden im systemoppositionellen Kampf auf der Bühne des Parlaments für die Grünen die Funktion eines öffentlichen Forums erfüllen.

Teilweise wird außerdem auch im Verhältnis zu den Massenmedien wie in anderen Politikbereichen die »innere Logik« eines grünen Dilemmas wirksam: der Widerspruch von als verpflichtend erklärten gehren Ansprüchen des »Anderseins« und »totalen Veränderns« sowie den eigenen Bedürfnissen, Möglichkeiten oder Notwendigkeiten der politischen Praxis, ein durchgängiger Widerspruch, der nicht gerne offen eingestanden wird und der persönlich zuweilen auch schwer zu ertragen ist. Als Ausweg bleiben dann oft nur Aggressionen gegen die angeblichen »Verräter an der grünen Sache« in den eigenen Reihen oder Flucht in die Nostalgie von außerparlamentarischer Opposition und neuen sozialen Bewegungen, um radikale Forderungen wie früher ohne Anpassungzwänge an das abgelehnte System aufrechterhalten zu können.

Es wird also auch hier eine gewisse Regelmäßigkeit einer phasenhaften Entwicklung im Verhältnis der Partei zu den Massenmedien als Objekt und Mittel der Politik sichtbar, deren Grundmuster bereits aus anderen Politikbereichen bekannt sind.

10.2 Grüne und alternative Öffentlichkeit: ein theoretisches Verhältnis

10.2.1 Zwischen »Gegen-Öffentlichkeit« und »Tulpenfeld-Öffentlichkeit«?

Die radikale Kritik am Mediensystem war zu Beginn der 80er Jahre bei einigen Grünen von einem tiefstzenden Mißtrauen bis hin zu Angstgefühlen gegenüber jedweder Art von »Großapparaten«, »Großtechnologien« und »Großmedien« geprägt. Die nach dem Regierungswechsel 1982 von der konservativ-liberalen Bundesregierung forcierte Einführung von Neuen Medien wie Kabel- und Satellitenfunk sowie neuen Informationstechnologien bot genügend Anlaß für diese Kritik und einem Streben nach Verhinderung. Nach dem Vorbild der Anti-Bewegungen der 70er Jahre war es auch ein zentrales Anliegen der Grünen, »gegen die alles überrollende Großtechnik anzugehen. Nicht nur die Anti-AKW-Bewegung, auch die Friedensbewegung ist die or-

Einschätzung am ehesten diejenigen Kräfte in der Partei erfüllen, die man als »linke Realpolitiker« charakterisieren kann, soweit sie von einem »unauflöslichen Zusammenhang zwischen ökonomischer und politischer Ebene« ausgehen und sich auf »Systemgrenzen staatlich-politischen Handelns« beziehen (Klotzsch et al. 1989:182).

ganisierte Artikulation gegen einen hochtechnisierten Rüstungsapparat, der durch Computerfehler in der Lage ist, den Erdball in einen Feuerball zu verwandeln.«²⁰

Gegen die abgelehnten »Großmedien« mit ihrer »Fremdbestimmung« wurde wie bei den Alternativbewegungen generell das Konzept des Kleinen, Überschaubaren, Selbstbestimmten als radikale Utopie gesetzt. Ausgehend von der Einschätzung, daß die Inhalte der neuen Kommunikationstechnologien bald in eine »Anti-Kommunikation« umschlagen und eine weltweite Telekommunikation »letztlich Exkommunikation von jeder erkennbaren Gemeinschaft« sei, heißt es in einer Veröffentlichung der ehemaligen Sprecherin des Bundesvorstandes der Grünen, Manon Maren-Grisebach: »Daß nämlich bereits mit dem *Einsetzen* der Neuen Medien, dem Kabelfernsehen, den Bildschirmtexten, den Datenspeichern, die verheerenden Wirkungen ihren Lauf nehmen, ganz *unabhängig* von den Inhalten. Isolation, Passivität, politische Gleichgültigkeit, Abtrennen von jeder Mitmenschlichkeit, sprachlos werden, Überfremdung durch bloßes Gefüttertsein mit von anderen gemachten Nachrichten und Geschichten – all dies passiert schon durch das bloße Einrichten der Tausendsassa-Informations-technik. Ganz egal, wozu sie inhaltlich genutzt wird. Der Technikteufel hat schon mit dem Legen der neuen Kabel zugeschlagen.«²¹

Es gibt mehrere Ursprünge für die Entwicklung des Verhältnisses von Grünen, Massenmedien und Öffentlichkeit, die mit verschiedenen Sichtweisen über Rolle und Funktion der »bürgerlichen« bzw. »etablierten« Massenmedien zusammenhängen und in entsprechenden Verhaltensweisen gegenüber diesen Medien zum Ausdruck kommen.²²

Nicht-kommerzielle Freie Radios werden noch 1992 emphatisch als »Alternative zum ›Kommerzfunk‹«, als Beitrag zur »Gegenöffentlichkeit« und zum »direkten Kontakt mit den NutzerInnen zur Entwicklung einer demokratischen Kommunikationskultur«²³ propagiert, obwohl mittlerweile schon längst eingetreten ist, was manche unter den Grünen schon Mitte der 80er Jahre wenigstens zu fragen wagten: »Wer

20 Heinz Suhr: Gegen die Einführung Orwell'scher Realitäten. Grüne Medienpolitik – gibt es die?, in: die feder 11/1983:36. In einem von der Bundesgeschäftsstelle der Grünen verbreiteten »Medienpolitischen Appell« der von den Grünen veranstalteten Medientage Hannover '83 im Februar 1983 hieß es: »Wir wollen diese Technologien nicht, weil sie unnötig, gefährlich und teuer sind! ... Wir fordern: – Stopp der Verkabelung – Einstellung der Kabelfernseh-Pilotprojekte – Keine Einführung von Bildschirmtext.«

21 Manon Maren-Grisebach: Philosophie der Grünen, München 1982:120. Daß es sich hier nicht um die Philosophie einer einzelnen Grünen handelt, darauf könnte unter anderem die Tatsache hinweisen, daß der »Technikteufel« in Form von Personal-Computern in der Pressestelle der Bundestagsfraktion der Grünen bis zum Ausscheiden der Grünen aus dem Bundestag im Dezember 1990 offiziell nicht »zuschlagen« durfte. Noch zu diesem Zeitpunkt hieß es im Pressedienst der Fraktion offensichtlich nicht ohne Selbstironie zum Einsatz einer Mitarbeiterin: »Immer noch ohne PC, holt sie aus Oly (Olympia Textsystem) raus, was zu holen ist. ... Außerdem verwaltet sie unsere diversen Adressenverteiler, die mit einem PC wesentlich besser sortiert werden könnten.«

Erstaunlicherweise durften in der Bundesgeschäftsstelle der Partei schon etwas früher die PC-Teufel ordentlich zuschlagen. Zum Wahlkampf 1990 bot der Bundesvorstand sogar den Dienst einer eigenen Mailbox mit Anschluß an ein weltweites Mailboxnetz an. Dies deutet darauf hin, daß der Einsatz von bestimmten neuen Techniken nicht mehr unabhängig von Inhalten und vom Nutzen gesehen wird.

22 Vgl Weichler 1987, Stamm 1988.

23 Franck 1992:205 Man kann den Autor dieses Beitrags, den 1989 vom Bundesvorstand eingestellten heutigen Referenten für Öffentlichkeitsarbeit, sicher nicht für das 1985 verabschiedete medienpolitische Programm der Grünen verantwortlich machen; bedenklich stimmt jedoch, daß er noch 1992 die Entwicklung und Realität Freier Radios in Deutschland auf diese Weise nicht realitätsgerecht ohne jede Einschränkung idealisiert.

soll diesen Konkurrenzdruck regeln, daß nicht dann irgendwann kommerzialisierte Sender aufgrund ihrer Finanzstärke gewinnen?«²⁴

Wie es den Gesetzmäßigkeiten privatwirtschaftlicher Medien entspricht, beherrschen Kommerzialisierung und Konzentration den Rundfunkmarkt in Deutschland.²⁵ Es war folglich von Beginn an illusionär, privatwirtschaftliche Freie Radios als reale Alternative im bestehenden Rundfunksystem vorzustellen. Zusätzlich zeigen die Erfahrungen mit den Ansätzen von Freien Radios ebenso wie mit der Alternativpresse, daß sie oft keineswegs einer »demokratischen Kommunikationskultur« dienen, sondern »den Interessen der Macher, die das gerne machen wollen. Vollkommen unklar ist, inwieweit diese Form korrespondiert mit den Wünschen der Leute.«²⁶

Insofern ist es Zeichen eines gewissen realpolitischen Bewußtseins, wenn Jutta Ditfurth als Sprecherin des Bundesvorstands der Grünen nicht auf Gegenöffentlichkeit durch Alternativmedien setzt, um eine breite Öffentlichkeit erreichen zu können. Als Ziel und in Grenzen auch als Erfolgsmöglichkeit wird vielmehr das Herstellen von Öffentlichkeit über Kampagnen und Aktionen in den *etablierten* Massenmedien propagiert. Zwar hat sie erfahren, daß die Massenmedien selten gewillt sind, grüne Aktionen im Sinne der Grünen zu vermitteln, so daß »die Leute über die Grünen weit mehr falsch informiert und so auf andere Weise manipuliert werden.«²⁷ Auch ist sie »eigentlich immer wieder unheimlich enttäuscht darüber, wieviel Zynismus und wieviel Hofberichterstattung diesen Beruf des Journalisten, den ich selber sehr liebe, in dieser Bundesrepublik so kaputt machen«. Das hindert sie jedoch nicht daran, das Hauptübel in einer »Tulpenfeld-Öffentlichkeit« im »vollklimatisierten« Bundeshochhaus zu sehen, in deren »Inzucht-Klima ... viele Leute den Touch zur Realität draußen verlieren«.

Trotz dieser Ansätze haben die zu Beginn der 80er Jahre noch stark propagierten Ziele einer »alternativen Öffentlichkeit« als »Gegenöffentlichkeit«²⁸ mit eigenen »Alternativmedien«²⁹ gegen die »bürgerliche« Öffentlichkeit in der politischen Praxis der Grünen nie eine primäre Bedeutung erlangt. Besonders die Mitglieder der Bundestags- und Landtagsfraktionen orientierten sich fast ausschließlich an den etablierten Massenmedien, nur wenig an den – ohnehin kaum existenten – alternativen Medien.³⁰ Aber auch von Seiten des Bundesvorstands der Partei wurden trotz heftiger

24 Interview mit Jochen Vielhauer »Die Anstalten öffnen«, in: *Medien Magazin*, 4. Jg., Heft 6, o.J. (1984) 14.

25 Realität ist eine erdrückende Übermacht kommerzieller Radios mit einem »Exotenstatus« weniger »freie« Radios. Vgl. Weichler 1987:406.

26 Interview mit Jochen Vielhauer 1984:14. Vielhauer war Mitglied der Unterkommission »Medien« bei den Verhandlungen zwischen SPD und Grünen 1984 in Hessen; in der damals getroffenen Vereinbarung waren die Grünen gegen die Einführung des Privatfunks, folglich setzten sie sich auch nicht für private Freie Radios ein, stattdessen wurde eine Fortentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems »mit dem Ziel größerer Transparenz und der Öffnung für Bürgerbeteiligung« vereinbart. Mit dem Scheitern der ersten hessischen rot-grünen Koalition 1987 war auch ein Ende dieser Rundfunkpolitik in Hessen verbunden.

27 Interview mit Jutta Ditfurth. »Kampagnen statt Kopfgeburten. Wider die Öffentlichkeitsarbeit als Herrschaftstechnik«, in: *Chips & Kabel*, 3. Jg., März/April 1986:18f.

28 Vgl. Stamm 1988:99ff.

29 Vgl. Weichler 1987:146ff

30 Vgl. Stanner 1989:38f

verbaler Bekenntnisse zu Alternativmedien keine besonderen Anstrengungen unternommen, eine wirksame Gegenöffentlichkeit mit aufzubauen oder zu unterstützen.³¹

Die tatsächliche Politik der Grünen orientierte sich offensichtlich an der Realität der Medienlandschaft: »Auch die Alternativpresse, so wichtig sie für uns ist, muß grüne Positionen nicht zwingend toll finden. Außerdem hat sich in den vergangenen Jahren herausgestellt, daß die Meinungsbildung auch der Wählerklientel der GRÜNEN vornehmlich durch die etablierten und viel weniger durch die alternativen Medien stattfindet.«³² In der politischen Praxis erwies sich demnach die als innerparteiliches Kampfmittel benutzte *theoretische* Gegenüberstellung von »basisdemokratischer alternativer Öffentlichkeit« und »Anpassung an bürgerliche Öffentlichkeit« als ein »anhaltende(s) Scheinproblem grüner Politik«.³³

10.2.2 Relevante Öffentlichkeit: Massenmedien

Öffentlichkeit ist generell für Parlamentarier aller Parteien eine bestimmende, meistens sogar die wichtigste Bezugsgröße, an der sich ihr politisches Handeln orientiert. Zu diesem Ergebnis kommen übereinstimmend verschiedene Befragungen von Bundestagsabgeordneten zu ihren Handlungsorientierungen und Medienerfahrungen.³⁴ Eine kleine, relativ junge und ressourcenschwache Oppositionspartei wie die Grünen ist bei der Herstellung von Öffentlichkeit für ihre Problemdeutungen und Lösungsvorschläge zweifellos stark auf die Massenmedien angewiesen. Ohne die Verbreitung ihrer Ideen über die Massenmedien hat sie keine Chance, in weiten Teilen der Bevölkerung bekannt und anerkannt zu werden.

Für die Grünen wurde nach ihrem Einzug in den Bundestag denn auch nach kurzer Zeit fast ausschließlich die »veröffentlichte Meinung« der Massenmedien zur *relevanten* Öffentlichkeit. Der Zugang zu den Medien und Publizität für grüne Themen wurde deshalb zu einem wichtigen Ziel politischen Handelns und zum Maßstab für erfolgreiche Politik. Die bis dahin vorherrschenden Formen direkter und dezentraler Öffentlichkeit (Information und Kommunikation über Veranstaltungen, Broschüren, Flugblätter, eigene Medien) wurden wegen ihrer begrenzten Reichweite für die Bundestagsarbeit als nicht ausreichend erachtet.

31 Auch hinsichtlich einer möglichen Gegenöffentlichkeit durch *eigene* Medien beschränkte sich der Bundesvorstand der Partei nach Aussage des damals für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesvorstandes Zuständigen lange Jahre auf »Sandkastenspiele«. Interview mit Michael Schroeren: »... alles noch Sandkastenspiele«. Grüne Presseplane, in: Chips & Kabel, 3. Jg., März/April 1986:24. Erst im Februar/März 1993 erschien erstmals eine bundesweite Ausgabe von »Punkt – Das Magazin der Grünen«, herausgegeben vom Bundesvorstand in Kooperation mit der Mehrzahl der Landesverbände; diese als Mitgliederzeitschrift konzipierte Publikation soll 1993 in einer Auflage von 30 000 zweimonatlich, ab 1994 monatlich erscheinen

32 Franz Stänner: Vortrag vor PressesprecherInnen der Landtagsfraktionen Die Grünen/Bündnis 90 in den neuen Bundesländern, Berlin 19.11.1990

33 Stänner 1989:38.

34 Vgl. Hans Mathis Kepplinger/Jürgen Fritsch, Unter Ausschluß der Öffentlichkeit. Abgeordnete des 8. Deutschen Bundestages berichten über ihre Erfahrungen im Umgang mit Journalisten, in: *Publizistik*, 26. Jg., 1981:33-55; Renate Mayntz/Friedhelm Neidhardt *Parlamentskultur: Handlungsorientierungen von Bundestagsabgeordneten – eine empirisch explorative Studie*, in: *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 20 Jg., 1989 370-387

Bei ihrem erstmaligen Einzug in den Deutschen Bundestag 1983 hatten die Abgeordneten der Grünen die Erwartung, das Parlament als Tribüne nutzen zu können, um grüne Positionen und Politikkonzepte in der Öffentlichkeit bekannt zu machen. Die Massenmedien sollten dabei als eine Art Transmissionsriemen fungieren, über den eine größere Öffentlichkeitswirkung entfaltet werden konnte. Im allgemeinen herrschte die Vorstellung, die Medienberichterstattung über die Grünen würde weitgehend objektiv und fair sein.

Es gab teilweise sogar die Hoffnung, die Medien für die eigenen Anliegen und politischen Ziele gewinnen zu können. Relativ narzißtisch wurde davon ausgegangen, daß die Medien den aus grüner Sicht brisanten Fragen ebenfalls große Bedeutung zumessen und von daher die Grünen mit einer positiven Berichterstattung unterstützen würden. Diese Vorstellungen – in der Rückschau von den Grünen selbst als unrealistisch oder naiv bezeichnet – sind zum Teil zu erklären aus ihrer relativen Un erfahrenheit im Umgang mit Massenmedien, deren Funktionsweisen und Gesetzmäßigkeiten für sie erst im Laufe ihrer Parlamentstätigkeit durchschaubar wurden.

Im Rückblick kommen die ehemaligen Bundestagsabgeordneten heute nahezu übereinstimmend zu dem Resümee, daß ihre anfänglichen Erwartungen von den Massenmedien nicht erfüllt wurden. Aufgrund der konkreten Erfahrungen mit der veröffentlichten Meinung wurde ihr anfänglicher Optimismus schon bald gedämpft. Generell zeigte sich, daß der Zugang zu Medien für grüne Politikinhalte schwierig war und diese »Medienbarrieren« folglich den Zugang zur Öffentlichkeit erschweren oder teilweise ganz verhinderten.

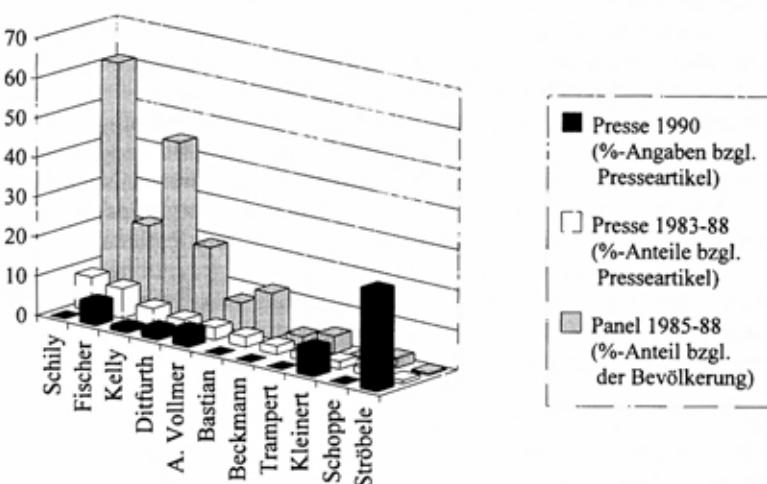
10.2.3 Grüne Streitkultur: Medienstars

Eine Politik ohne Personalisierung und Personenkult war von Anfang an ein wesentliches Ziel der Grünen. Auf diese Weise wollten sie sich von den etablierten Parteien deutlich unterscheiden. Dies schloß einen bewußten Verzicht auf eine Standardtechnik der Politikdarstellung der etablierten Parteien ein, die Herausstellung von Personen als Spitzenpolitiker. Diese Zielsetzung eines alternativen Politikstils steht in Verbindung mit zwei anderen wesentlichen Postulaten der Grünen: der Selbstverpflichtung auf Sachbezogenheit und Basisnähe der Politik.

Das Prinzip der »Politik ohne Köpfe« war jedoch schon in der vorparlamentarischen Phase der Grünen und insbesondere in der Praxis der Friedensbewegung nicht streng durchgehalten worden. Dort gab es einerseits größere Medienpräsenz für einige Identifikationsfiguren der Bewegung selbst und andererseits den bewußten Einsatz prominenter Persönlichkeiten von außerhalb der Bewegung (»Prominenten-Blockade«) zur Darstellung der eigenen politischen Ziele in den Medien.

Eine »grüne Prominenz« bildete sich in nennenswerten Umfang erst nach dem erstmaligen Einzug der Grünen in den Deutschen Bundestag heraus. Prominenz wurde in dieser Phase durch die Medien geschaffen und dauerhaft festgelegt. Denn als prominent galten in der Öffentlichkeit, das heißt bei den Massenmedien und in der Bevölkerung, nach kurzer Zeit und weitgehend bis heute nur etwa ein halbes Dutzend Politiker und Politikerinnen, auf die sich die Medienberichterstattung dauerhaft konzentrierte.

Thematisierung von Politikern der Grünen in der Presse (1983-88 sowie 1990)^a und der Bevölkerung (1985-88)^b



a Allgemeine Zeitung Mainz/Badische Zeitung Freiburg; Analysezeitraum: März 1983-Dezember 1988 (5570 Artikel)/1.9.-2.12.1990 (67 Artikel).

b Mittelwert Panelbefragungen 1985, 1986, 1987, 1989 (404 Befragte).

Die wenigen grünen Politiker, die »in die Medien kamen«, wurden jedoch sehr bald innerparteilich als »Medienstars« oder »Promis« stark kritisiert. Sie waren vielfach Anlaß zu heftigen innerparteilichen Auseinandersetzungen, die wiederum von den Medien in besonderer Weise herausgestellt wurden. Das Verhältnis der Grünen zu ihren Promis wird von den befragten Abgeordneten durchgehend als ein ambivalentes, zwiespältig bis schizophenes Spannungsverhältnis charakterisiert. Die Parteibasis reagierte auf Promis einerseits mit Mißtrauen, Neid, Kritik, Vorwürfen und Demontagen. Andererseits wird die Prominenz einiger Medienstars als notwendig für die Partei angesehen und von der Basis auch, zum Beispiel in Wahlkämpfen, bereitwillig genutzt. Das Verhalten bestimmter Promis wird als parteischädigend bewertet. Vereinzelt wird aber auch auf eine gewisse Mitschuld der Partei hingewiesen, die in »absurder Kultivierung der Basis« die für die Medien attraktiven Personen nicht genügend zur Geltung habe kommen lassen und sie dadurch in die Rolle der Partekritiker getrieben habe.

Unsere Befragungsergebnisse verdeutlichen, daß es hier um eine grundsätzliche Konflikt-Konstellation geht, wie sie in ähnlicher Art auch in anderen Fraktionen und Parteien zu beobachten ist. Auf der einen Seite steht das individuelle Bestreben der Abgeordneten, sich mit politischen Vorstellungen in der massenmedial geprägten Öffentlichkeit – auch mit von der Parteimehrheit abweichenden Meinungen – zu profilieren. Auf der anderen Seite sind die kollektiven Verhaltensanforderungen von Fraktion und Partei, festgelegte Ziele und Mehrheitsmeinungen zu respektieren sowie zum Nutzen der Partei nach außen zu vertreten.

Zu einem nicht unerheblichen Teil werden bei den Grünen die Medienauftritte der »Medienstars« auch als persönliche Kränkung, menschliche Enttäuschung und Mißachtung derer empfunden, die ihre Kraft – unbeachtet von den Medien – in aufwendige sachbezogene, für die Fraktion und die Partei als nützlich erachtete Arbeit investieren, aber dafür nicht einmal innerparteiliche Anerkennung finden. Die grundsätzliche Spannung und dauernde Gratwanderung zwischen erstrebter Publizität und gefürchteter sozialer Isolierung muß bei den Grünen zwangsläufig dramatische Ausmaße annehmen, weil die Grünen als kleine, junge Oppositionspartei noch mehr als andere Parteien auf massenmediale Öffentlichkeit angewiesen sind, um überhaupt politisch wirken und überleben zu können. Hinzu kommt der psychisch-moralische Druck eines nicht unerheblichen Bündels von selbst auferlegten alternativen, »höheren« moralischen und politischen Prinzipien mit den entsprechenden gegenseitigen Verhaltenserwartungen. Eine Konfliktverschärfung entsteht auch dadurch, daß die Grünen in bewußter Abgrenzung zur Praxis der etablierten Parteien gerade nicht eine formelle Fraktionsdisziplin mit entsprechender Fraktionshierarchie und Sanktionsmitteln als politisches Handlungsprinzip propagieren, sondern das Recht auf die Artikulation von abweichenden Minderheitsmeinungen vertreten.

Hier zeigt sich eine Grundkonstellation, die man bei den Grünen häufig findet: Die in bewußter Abgrenzung zu den anderen Parteien als »alternativ« entgegengesetzten politischen und moralischen Ziele, Normen und Selbstverpflichtungen können im politischen Alltag der gesellschaftlichen und politischen Realität, aber auch aufgrund der individuellen »menschlichen« Realität der Abgeordneten selbst nicht durchgehalten werden. In diesem auch subjektiv zunehmend empfundenen Spannungsverhältnis zwischen dem Druck des überhöhten Anspruchs und der Enttäuschung über die desillusionierende Wirklichkeit mit der zunehmenden Einsicht, den Ansprüchen selbst nicht gerecht werden zu können, entwickeln sich inoffizielle moralisierende Verhaltensweisen. Diese sollen »realistische« Strukturen und Verhaltensweisen durchsetzen, die man offiziell wegen des einmal öffentlich verbreiteten Anspruchs der Alternativität nicht oder noch nicht als Ziel propagieren kann. Beispiele hierfür sind unter anderem auch die Auseinandersetzungen innerhalb der Grünen um die Rotationsfrage, die Frage der »totalen Öffentlichkeit« oder die Frage der Regierungsbeteiligung.

Aufgrund der Aussagen der Befragten gewinnt man den Eindruck, daß einige von ihnen, vor allem die »Medienstars« selbst, diese überhöhten Ansprüche gegenseitiger Verhaltenserwartungen als »unmenschlich«, »unrealistisch« oder »nicht funktional« bewerten und deshalb ein davon abweichendes Verhalten rechtfertigen. Eine zweite Richtung will an den einmal aufgestellten Normen unbedingt festhalten und deshalb weiterhin abweichendes Verhalten sanktionieren. Eine dritte Richtung sieht zwar prinzipiell die Berechtigung und Notwendigkeit dieser Normen als Leitlinie eines grünen Politikverständnisses, erkennt jedoch den Übergang zu einer moderaten Form von Personalierung der Politik als eine politische Notwendigkeit für das weitere Überleben der Grünen als politische Kraft an.

Damit soll sich das zukünftige politische Verhalten weniger als bisher an abstrakten, in der politischen Realität als Überforderung empfundenen Normen orientieren. Vielmehr soll mehr an den konkreten Erfahrungen mit dem Mediensystem, den innerparteilichen Strukturen und vor allem auch an den als legitim erachteten individuellen Bedürfnissen der grünen Politiker selbst angeknüpft werden. Daraus könnten sowohl

für die Partei als auch für die Individuen »lebensnotwendige« Verhaltensmuster entwickelt werden.

Unter anderem bedingt durch den Rückzug einiger Prominenter (insbesondere den spektakulären Übertritt des Abgeordneten Schily zur SPD) und durch Mißerfolge bei Wahlen, wurde innerparteilich zunehmend die Frage gestellt, ob der Verzicht auf eine Personalisierung von Politik angesichts der faktischen Orientierung der Medien an Personen als politisches Prinzip weiterhin aufrecht zu halten sei. Nach übereinstimmender Auffassung der Befragten können es sich die Grünen nicht länger leisten, grundsätzlich auf Medienstars zu verzichten. Zum Teil wird diese Auffassung jedoch differenziert. Auf Medienstars, wie sie bislang vorherrschten, könne man sehr wohl, ja müsse man sogar verzichten. Gemeint sind die Promis, die die Medien mehr zur Selbstdarstellung als zur sachlichen Darstellung der Politik der Grünen nutzen und damit den Grünen schaden.

Nicht weiterhin verschließen könne man sich dagegen der Einsicht, daß im bestehenden Mediensystem Politik nicht ohne Personen zu vermitteln sei. Darüber hinaus wird mehr und mehr auch gesehen, daß die Orientierung der Medien an Personen einer starken Orientierung an Personen in der Bevölkerung entspricht. Ein Umdenken ist also in der Partei in Gang gekommen. Das Ziel ist: Kein Personenkult, aber Darstellung von Politik durch medienwirksame Personen. Es wächst das Bewußtsein, daß im »Wahlkampf der Köpfe« auch grüne Köpfe notwendig sind, um Wähler zu gewinnen. Folglich wächst die Bereitschaft, Prominente nicht mehr wie bisher zu demontieren, sondern gezielt aufzubauen. Man will allerdings einen Mittelweg finden zwischen dem ursprünglichen grünen Prinzip der »Politik ohne Köpfe« und dem Personenkult der etablierten Parteien.

10.2.4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: ein grünes Effizienzproblem

In einem politischen Kontext, in dem Öffentlichkeitsarbeit schnell als »Herrschaftstechnik« diskreditiert werden kann³⁵, ist es nicht leicht, Ressourcen für eine grüne Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen. Anknüpfend an den unter Grünen verbreiteten negativen Assoziationen, in denen Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations, Werbung und politisches Marketing als Manipulationsmittel des »herrschenden Systems« erscheinen, läßt sich gegen innerparteiliche Gegner mobilisieren. Pressearbeit ist nicht leicht in einem »Betriebsklima«, in dem es tendenziell als »ungebührlich opportunistisch, fast schmutzig, jedenfalls ›nicht grün‹ (gilt), sich derartig bei der ›bürgerlichen Presse‹ (das Wort mit Anzeichen deutlichen Ekels ausgestoßen) anzubiedern.«³⁶

Wer für Ressourcen und Strategien einer grünen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit eintritt, steht damit von Beginn an unter Rechtfertigungs- und Erfolgsdruck.³⁷ Eine

35 Dies kommt zum Beispiel in dem bereits erwähnten Interview mit Jutta Ditfurth von 1986 zum Ausdruck.

36 Jürgen Hogrefe: Kleiner Verteiler Grüne und Presse, in: Chips & Kabel, 3. Jg., März/April 1986. 13 Hogrefe kehrte nach 22 Monaten – wie er es nennt – »Pressesprecher bei den Grünen im niedersächsischen Landtag« (1982–1984) wieder in seinen Beruf als Journalist (Redakteur beim Nachrichtenmagazin Der Spiegel) zurück. Die Trennung war nicht harmonisch, wie er betont.

37 Wir interpretieren auch die im ersten Rechenschaftsbericht der Grünen im Bundestag gewählte Bezeichnung »Presse- und Informationsarbeit« als Zeichen von Berührungsangst bzw. Rechtfertigungsdruck.

mit schlechtem Gewissen und widerstrebend installierte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird mit überhöhten Ansprüchen überfrachtet, gleichzeitig aber halbherzig mit unzureichenden Ressourcen und Legitimationen ausgestattet. Ein tendenzieller Mißerfolg und das »Recht behalten« der prinzipiellen Gegner oder Skeptiker sind auf diese Weise vorprogrammiert.

Die prinzipielle Frage, ob man überhaupt solle oder dürfe, war zwar lange Zeit theoretisch-politisch nicht ausreichend geklärt, aber dennoch wurden Fakten geschaffen. Sowohl bei der Bundestagsfraktion als auch beim Bundesvorstand wurden Pressestellen mit hauptamtlichen MitarbeiterInnen eingerichtet.³⁸ Ein gespaltenes Verhältnis zur Pressearbeit, zum Teil auch eine generelle Knaptheit finanzieller Mittel, begrenzten lange Zeit die personelle und technische Ausstattung insbesondere der Pressestelle beim Bundesvorstand der Partei. Die »SISYPHUSARBEIT« der hauptamtlichen Pressreferenten war so – zumindest in der Anfangsphase – »alles garantiert reine Handarbeit«.³⁹

Eine »andere« Pressearbeit als die der »Altparteien« hat jedoch gerade bei der für die Grünen so wichtigen Außendarstellung da ihre Grenzen, wo sie sichtbar zu Effizienz-Problemen und Interventionsschwächen bis hin zur Selbstblockade führt. In der Praxis der Pressearbeit der Grünen auf Bundesebene hat – schon aufgrund der unterschiedlichen Ressourcen und des unterschiedlichen Aktivitätspotentials – die Bundestagsfraktion eine bei weitem bedeutsamere Rolle gespielt als der Bundesvorstand.

Die Effizienz-Problematik der Pressearbeit der Bundestagsfraktion blieb bis zum Schluß ein Dauerthema. In weitgehend übereinstimmender Einschätzung verschiedener Pressesprecher gab es vier *interne* Hauptprobleme:⁴⁰

(a) zu viele Pressemitteilungen von Abgeordneten und ihren Mitarbeitern, die zeitlich und inhaltlich unkoordiniert erstellt wurden, dadurch gegenseitige Blockade und »Verstopfung« der Informationskanäle (»die unausrottbare Neigung, mit einer Flut

bereits zu »Presse- und Öffentlichkeitsarbeit« Vgl. Die Grünen im Bundestag. 2. Rechenschaftsbericht, Bonn November 1984:16.

38 Stadlmayer 1984:27ff In dieser Münchner Diplomarbeit findet man auch Hinweise auf die Ressourcen und Strategien der Pressearbeit bei den Landtagsfraktionen und den Landesverbänden der Grünen bis zum Jahr 1983.

39 Die Grünen im Bundestag. 2 Rechenschaftsbericht. Bonn 1984:16. Die Pressestelle der Bundestagsfraktion war zwar am Anfang mit einem »mandatierten« Sprecher (Heinz Suhr), zwei Pressreferenten (Renate Mohr, Georg Dick) und drei weiteren Stellen für Sekretariat und Dokumentation vergleichsweise gut ausgestattet, es mangelte aber an technischer und personeller Infrastruktur. Die Position des »mandatierten« Sprechers entfiel nach kurzer Zeit, als Heinz Suhr 1985 in den Bundestag nachrückte; von da an gab es zwei PressesprecherInnen (Franz Stänner und Renate Mohr bzw. Claudia Roth bzw. Sibylle Kögel) und eine gesonderte Stelle für Öffentlichkeitsarbeit (Renate Mohr).

Die Ausstattung beim Bundesvorstand war anfangs unzureichend, ein Zeichen für den geringen Stellenwert von Pressearbeit bei diesem Gremium. Erst im September 1983 wurde ein hauptamtlicher Pressreferent (Michael Schroeren) eingestellt, ihm wurde jedoch kein Sachbearbeiter zugeordnet. Die tägliche Presseauswertung besorgte der Pressreferent zusammen mit den beiden Bundesgeschäftsführern. Vgl. Stadlmayer 1984:36. Die Ausstattung hat sich jedoch im Lauf der Jahre verbessert. Zunächst wurde eine zweite Stelle geschaffen, seit 1992 gibt es mit zwei Pressreferentinnen (Anne Nilges, Susanne Fuchs) und zusätzlich einem Referenten für Öffentlichkeitsarbeit (Norbert Franck) eine Konstruktion wie bei der Bundestagsfraktion bis Dezember 1990.

40 Vgl. Interview mit Franz Stänner: »Blümchen im Parlament sind nicht mehr phantasievoll«, in: Chips & Kabel, 3. Jg., März/April 1986-7f.; Stänner 1989; Interview mit Heinz Suhr: »Wer die Macht hat, hat die Show ...«, in: Medien Magazin, 4 Jg., Heft 6, o.J. (1984):35ff

- von Presseerklärungen sich selbst einen Arbeitsnachweis verschaffen zu wollen, statt über gezielte Pressearbeit für das entsprechende Thema nachzudenken«⁴¹);
 (b) die Inhalte der Pressemitteilungen, stilistische Mängel, zu geringer Informationswert/Nachrichtenwert für die Medien, zu wenig Konzentration auf Themenschwerpunkte für eine zielgerichtete kontinuierliche Pressearbeit;
 (c) zu viele unkoordinierte, ineffektive Pressekonferenzen mit zu viel Selbstdarstellungsdrang einzelner Personen;
 (d) das Problem, politische Inhalte über spektakuläre Aktionen zu vermitteln.

Diese Hauptprobleme wurden zwar von den Bundestagsabgeordneten größtenteils auch so gesehen, aber dennoch kaum gelöst. Im Hintergrund standen Probleme der innerfraktionellen Nicht-Hierarchie sowie der Nicht-Professionalität und des Selbstdarstellungsdrangs der Abgeordneten. Im Gegensatz zu anderen Parteien, bei denen man den Erfolg der Pressearbeit bei den Medien durch eine hierarchisierte Kompetenzverteilung zu steigern versucht, gab es bei den Grünen keine autorisierte Instanz zur Festlegung von Prioritäten.

Die Hierarchielosigkeit führte in vielen Fällen zu unkoordinierter Papierproduktion mit dem Anspruch, das Produzierte ohne Rücksicht auf Anforderungen an Inhalt, Form oder Timing über die Pressestelle oder auch an ihr vorbei an die Öffentlichkeit zu geben. Das Ergebnis einer Flut von Pressemitteilungen diente so einzelnen Abgeordneten und deren Mitarbeitern real oft nur zur innerfraktionellen Selbstdarstellung und zum Tätigkeitsnachweis. Die Medien reagierten in den meisten Fällen mit »Papierkorbkultur«, das heißt zu Veröffentlichungen dieser Pressemitteilungen kam es nicht. Ähnliche Probleme gab es mit der Effizienz von Pressekonferenzen.

Auch der Strömungskonflikt erwies sich als hinderlich für eine effiziente Pressearbeit. Redigievorschläge der Pressesprecher zu Pressemitteilungen, die nach Angaben der Abgeordneten und der Pressesprecher zuweilen eher den Charakter von »Kurzgeschichten, Besinnungsaufsätzen oder dialektischen Abhandlungen« hatten, wurden als Versuch interpretiert, eine bestimmte Strömung zu benachteiligen.

Insgesamt war offensichtlich die Pressearbeit der meisten Abgeordneten mehr an individuellen als an übergeordneten gemeinsamen Erfolgsinteressen ausgerichtet: Professionelle Regeln und Standards der Politikgestaltung und der Medienarbeit werden nicht akzeptiert oder einfach nicht beherrscht. Diese Praxis wird zum Teil mit der nicht belegbaren Behauptung gerechtfertigt, eine Anpassung an vorrangig formale Regeln sei zwangsläufig mit einer Aufgabe wichtiger inhaltlicher Positionen verbunden.

Der Widerspruch zwischen Anspruch und Wirklichkeit wurde bei denjenigen am deutlichsten, die zwar einerseits gegen eine Anpassung mit angeblicher »Abhängigkeit und Hörigkeit der GRÜNEN gegenüber den Medien«⁴² polemisierten, sich andererseits aber mit persönlicher Öffentlichkeitsarbeit zeitweise erfolgreich an die Gesetzmäßigkeiten der Medienproduktion anpaßten.

Generell sollten jedoch die internen Probleme und formalen Unzulänglichkeiten der Pressemitteilungen nicht überschätzt werden. Sie sind allein kein geeigneter Er-

41 Alle Jahre wieder. GRÜNE Pressearbeit. Die Grünen im Bundestag, Pressedienst ohne Datum (1990):2.

42 Vgl. Interview mit Jutta Ditfurth. »... dann ist die Partei kaputt!«, in: Schroeren (Hrsg.) 1990:225f. Weiter heißt es hier: »Diese Form von Medienabhängigkeit ist eigentlich der Tod jeder politischen Opposition, weil sie die Preisgabe jedes Selbstbewußtseins, jeder eigenständigen Informationsarbeit und jeder eigenen Gegenöffentlichkeit bedeutet.«

klärungsfaktor für die feststellbaren Mißerfolge grüner Pressearbeit. Im Falle der Grünen ist Professionalisierung zwar eine notwendige, aber keine ausreichende Bedingung für erfolgreiche Pressearbeit. Denn nach wie vor ist die Akzeptanz grüner Positionen durch die Massenmedien weitgehend von deren Inhalt und Richtung abhängig, vor allem aber von den jeweiligen politischen Machtkonstellationen. Mit einer Orientierung grüner Pressearbeit an professionellen Standards kann deshalb zunächst einmal nur erreicht werden, daß der von Journalisten oft gebrauchte Vorwurf der Nicht-Professionalität als möglicher Vorwand für eine Nicht-Berücksichtigung der Grünen in der Medienberichterstattung gegenstandslos wird.

10.3 Macht der Medien – Ohnmacht der Grünen?

Die Macht der Massenmedien wird in der Medienwirkungsforschung traditionell hauptsächlich hinsichtlich der politischen Beeinflussung der Bevölkerung gesehen. Seit einigen Jahren jedoch wird in Deutschland eine Forschungsrichtung wiederbelebt, die das Verhältnis von Massenmedien und Politik bei der Politikvermittlung in den Mittelpunkt stellt.⁴³ Dabei wird einerseits der Einfluß von Massenmedien auf die Politik, die politischen Akteure und den Prozeß der Herstellung von Öffentlichkeit untersucht. Andererseits geht es um die Macht von Politikern gegenüber den Medien, ihre politischen Informationen und Meinungen durchzusetzen (agenda building), also um die Machtverteilung zwischen Politik und Medien.

Ansätze zur Theoriebildung zum Verhältnis von Politik und Massenmedien lassen sich grob danach unterscheiden, ob sie

- eine Steuerungs- und Inszenierungsfunktion der Politik (Macht der Politik über die Medien, Abhängigkeit der Medien),
- eine Selektionsfunktion der Medien (Macht der Medien über die Politik, Abhängigkeit der Politik) oder
- eine Symbiose von Politik und Medien (Funktionelle Machtverteilung zwischen Medien und Politik zum gegenseitigen Nutzen) betonen.

Für die Grünen stellt sich in diesem Zusammenhang vorrangig die Frage, inwieweit auch sie als eine nicht etablierte Oppositionspartei oder als kleine Koalitions-Partei ähnlich wie die etablierten Parteien Massenmedien steuern oder instrumentalisieren und damit einen gewissen Einfluß auf die Medienberichterstattung gewinnen können. Dabei interessiert, inwieweit auch diese Partei dem allgemeinen Zwang zur Mediatisierung der Politik, das heißt zur Orientierung der Politik an Gesetzmäßigkeiten der Medienproduktion unterworfen ist. Schließlich gilt es zu wissen, inwieweit auch die Grünen, ähnlich wie die anderen Parteien, durch eine bewußte strategisch-taktische Anpassung an diese Gesetzmäßigkeiten einen *indirekten* Einfluß auf die Medienberichterstattung ausüben können.

Wenn die wissenschaftliche These einer nicht realitätsgerechten *Bevorzugung* von gesellschaftlichen Minderheiten durch Journalisten zuträfe,⁴⁴ wäre es für die Grünen relativ einfach, »in die Medien zu kommen«. An überzeugenden empirischen Belegen für derartige Theorien mangelt es. Stattdessen gibt es empirisch belegte Anhaltpunkte für eine gezielte *Benachteiligung* für oppositionelle politische Minderheiten

43 Vgl Sarcinelli 1987; Knoche et al 1988, Jarren 1988; Böckelmann (Hrsg.) 1989.

44 Vgl Kepplinger 1989 70

wie die Grünen. Festzustellen ist eine Minorisierungsstrategie im Zusammenwirken von etablierten Parteien und Massenmedien mit dem Ziel, eine authentische öffentliche Artikulation neuer politischer Issues durch Vertreter dieser Politik und damit ihre Wirkungsmöglichkeiten in der Bevölkerung zu behindern.⁴⁵

Zu einer unseres Erachtens realistischen Sichtweise einer *Macht der Politik* gegenüber den Medien gelangt man auch bei der Rezeption von Ergebnissen wissenschaftlicher Untersuchungen zum Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Hierbei wird deutlich, daß die Medien in beträchtlichem Ausmaß nur von etablierten Parteien und Wirtschaftsunternehmen gesteuert und instrumentalisiert werden.⁴⁶ Analysen zur Entwicklung des Verhältnisses von Public Relations und Massenmedien konstatieren sogar eine verstärkte Symbiose von etablierter Politik, Wirtschaft und Medien.⁴⁷ Diese Symbiose funktioniert unter grundsätzlich gemeinsamer Zielsetzung in Arbeitsteilung zu gegenseitigem Nutzen. Die übergreifenden gemeinsamen Ziele sind das Gewinnstreben (Gewinn von Käufern, Wählern und Lesern) und das dafür funktionale Streben nach Stabilität des politisch-wirtschaftlichen Systems einschließlich des Mediensystems.

Schließlich wird die These vertreten, auch oppositionelle Minderheiten könnten, insofern sie die professionellen Regeln des Journalismus durchschauen, durch geschickte Ereignisinszenierungen, orientiert an Nachrichtenwerten, die Medien politisch instrumentalisieren.⁴⁸ Derartige Forschungsergebnisse und Thesen verleiten zuweilen zu der nicht gerechtfertigten Ansicht, auch die Grünen könnten – ähnlich wie die etablierten Parteien oder Unternehmen – die Medienberichterstattung in ihrem Sinn steuern, das heißt erfolgreich Themen und Timing der Berichterstattung bestimmen. Besonders die Orientierung an *Nachrichtenfaktoren* wird allzu umstandslos auch für die neuen sozialen Bewegungen als Möglichkeit propagiert, die Medienberichterstattung in ihrem Sinne zu beeinflussen.⁴⁹ Es entsteht der Eindruck, allein schon durch eine Anpassung an die Regeln des Journalismus könne ohne weiteres auch für oppositionelle, alternative Politik eine größere Öffentlichkeit über Massenmedien erreicht werden.⁵⁰

Das Problem besteht schon darin, daß die Regeln des Journalismus nicht so »herrschaftsfrei« sind, wie sie meist beschrieben werden. Zur Erklärung der Selektionsentscheidungen der Journalisten wird die Aufmerksamkeit auf die angeblich zentrale Bedeutung von Nachrichtenwerten, professionellen Standards und individuellen Einstel-

45 Vgl Regine Roemheld: Politikvermittlung als Problem demokratischer Minderheiten, in: Sarcinelli (Hrsg.) 1987: 219-231

46 Vgl Barbara Baerns: Macht der Öffentlichkeitsarbeit und Macht der Medien, in: Sarcinelli (Hrsg.) 1987: 147-160

47 Vgl Sarcinelli 1991, Ulrich Saxon: Public Relations als Innovation, in: Media Perspektiven 5/1991: 273-290

48 Vgl Winfried Schulz: Politikvermittlung durch Massenmedien, in: Sarcinelli (Hrsg.) 1987: 137ff.

49 Vgl Schmitt-Beck 1990 Überzeugende wissenschaftliche Kritik an der »Nachrichtenwerttheorie« findet man bei Andreas Emmerich: Nachrichtenfaktoren. Die Bausteine der Sensationen, Saarbrücken 1984, und bei Joachim Friedrich Staab: Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt, Freiburg/München 1990.

50 Vgl Kleinert 1992: 277ff. Hubert Kleinert, ehemaliger Bundestagsabgeordneter der Grünen beklagt einerseits die hartnäckige Weigerung der Grünen, sich an die »dramaturgische Binnenlogik der modernen Massenmedien in der Mediendemokratie« anzupassen; andererseits warnt auch er aufgrund eigener praktischer Erfahrungen vor »übervereinfachenden Schlüssen« hinsichtlich des Erfolges von Anpassungsstrategien beim Fehlen von »Droh- und Druckpotential« gegenüber den Medien

lungen von Journalisten gelenkt. Der Einfluß von politischen und ökonomischen Machtverhältnissen im Systemzusammenhang gerät damit aus dem Blickfeld.⁵¹

Die Medienberichterstattung über die Grünen wird in den stark hierarchisch geführten etablierten Medien nicht von den *persönlichen* Meinungen eventuell »linker«⁵² Journalisten bestimmt. Vielmehr steht bei privatwirtschaftlichen Medien die Arbeit der angestellten Journalisten im Dienst der ökonomischen und politischen Interessen der Medieneigentümer, die wiederum in der Regel weitgehend mit den Interessen etablierter Parteien und Unternehmen übereinstimmen. Prinzipiell das Gleiche gilt für die bei den öffentlich-rechtlichen Medien angestellten Journalisten, wo über die Aufsichtsgremien sichtbar die Interessen der als »gesellschaftlich relevante Gruppen« Anerkannten als Richtlinie für die Berichterstattung eingehen.⁵³

Diese Interessen richten sich auch nach den jeweiligen politischen und ökonomischen »Marktsituationen«, daß heißt nach dem jeweiligen Machtgefüge in der Gesellschaft.⁵⁴ Folglich ist eine Verbesserung der »Marktposition« der Grünen eine wesentliche Voraussetzung für eine Verbesserung des Verhältnis der Grünen zu den Massenmedien und darüber des Bildes der Grünen in der Öffentlichkeit.⁵⁵ Eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit mit einer Orientierung an professionellen Regeln des Journalismus spielt dabei nur eine sekundäre Rolle. Dabei gilt als Regel: Eine stärkere Position der Grünen vermindert den Anpassungsdruck an die Medien und erhöht die Chancen, ein authentisches Bild der Grünen ohne Aufgabe »grüner Identität« über die Medien zu vermitteln. In einer schwachen Position dagegen ist der Anpassungsdruck wesentlich stärker. In dieser – für die Grünen bislang vorherrschenden – Position kann zwar unter Umständen auch ohne Anpassung an die Medien eine Medienpräsenz erreicht werden, oftmals aber nur auf Kosten der ursprünglich intendierten Vermittlungsziele.

10.4 Medienbilder der Grünen: Wie sie wurden, was sie sind

Auf der Basis der Ergebnisse unserer Forschung zu Grünen und Massenmedien seit dem erstmaligen Einzug der Grünen in den Deutschen Bundestag 1983 kommen wir

51 Diesen Zusammenhang hat Jürgen Gerhards deutlich als »institutionelle Verankerung der Medien« insbesondere für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten herausgearbeitet. Vgl. Gerhards 1991b:26ff.

52 Vgl. dazu die noch heute weitgehend gültigen Analysen in Berliner Autorenkollektiv Presse: Wie links können Journalisten sein? Pressefreiheit und Profit, Reinbek bei Hamburg 1972.

53 Der langjährige Pressesprecher der Fraktion der Grünen im Bundestag, Franz Stänner, wurde nicht müde, unter den Grünen zu verbreiten, was er auch bei seiner vorangegangenen Tätigkeit als Journalist erfahren hatte: »Medienpolitik ist Machtpolitik. Die Presse gehört wenigen, die zudem grüner Gedanken unverdächtig sind, ihre Redakteurinnen und Redakteure sind tendenzgebunden; die Rundfunkanstalten ... halten Grüne in ihrem Aufsichtsgremium für gesellschaftlich wenig relevant und sind mehrheitlich konservativ dominiert; ... (es) entscheiden in aller Regel die Zentralredaktionen, was erscheint, und nicht die KorrespondentInnen in Bonn.« Stänner 1989 38f

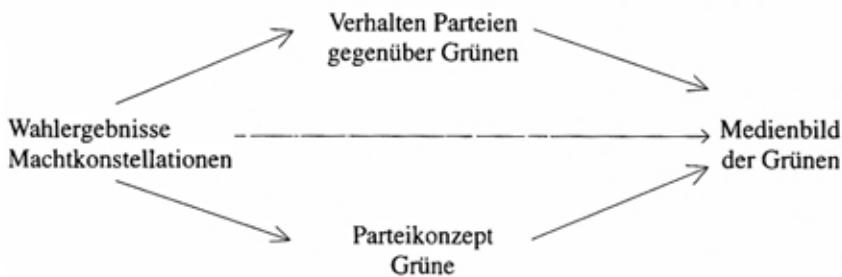
54 Heinz Suhr, ehemals Bundestagsabgeordneter und Fraktions-Presseprecher der Grünen im Bundestag, heute Pressesprecher der Bundestagsgruppe Bündnis 90/Die Grünen, hat dies auf eine eingängige Kurzformel gebracht. »Der Journalismus in Deutschland wird hauptsächlich nach der Maxime gemacht: Wer die Macht hat, hat die Show.« Vgl. Interview mit Heinz Suhr: »Wer die Macht hat, hat die Show ...«, in: Medien Magazin, 4 Jg., Heft 6, o.J. (1984):37.

55 Als Beleg für unsere These dient uns unter anderem die gegenwärtige Konstellation der rot-grünen Koalition in Hessen, auf deren Basis originär grüne Politik in beträchtlichem Maße bundesweit in den Medien vermittelt wird.

zu der Schlußfolgerung, daß das Verhältnis Grüne – Massenmedien bislang nur zum Teil vom Wollen und Handeln der Grünen bestimmt wurde. Es ist deshalb weitgehend illusionär zu glauben, die Präsenz der Grünen in den Medien hänge hauptsächlich von Fleiß, gutem Willen, der Professionalität grüner Öffentlichkeitsarbeit oder gar von einer Anpassung an journalistische Nachrichtenwerte oder professionelle Regeln ab. Diese Illusion beruht zum Teil auf einer unreflektierten Übernahme der Aktions-Muster neuer sozialer Bewegungen, zum Teil auf einer unkritischen Übernahme von wenig gesicherten kommunikationswissenschaftlichen Theorien.⁵⁶

Zur Erklärung der Medienberichterstattung über die Grünen gehen wir von einem Phasen-Modell aus, in dem nicht so sehr Anpassungsleistungen der Grünen an die Medien, sondern Anpassungsleistungen der Journalisten an drei hauptsächliche Veränderungen als die entscheidenden Einflußfaktoren angesehen werden, und zwar an:

- (a) die jeweilige politische Machtkonstellation, die sich aufgrund von Wahlergebnissen ergibt (Parteienkonkurrenz, Grundkonstellation im Machtgefüge der Parteien, Parlamentsmehrheiten, Regierungskoalitionen, die Grünen als Machtfaktor),
- (b) die Strategien der etablierten Parteien und Regierungen gegenüber den Grünen (Angriffe/Abgrenzung oder Anpassung/Annäherung an Grüne je nach Machtkonstellation),
- (c) die innerparteiliche Entwicklung der Grünen sowie ihr Parteikonzept gegenüber den anderen Parteien und dem politischen System insgesamt (»Anti-Parteien-Partei«, »Partei neuen Typs«, Bewegungspartei, Protestpartei, Oppositionspartei, Regierungskoalitions-Partei, Fundamental- oder Realpolitik).



Als Ursachen für Konstanz oder Wandel des Bildes der Grünen in den Massenmedien werden also vorwiegend *strukturelle* Veränderungen im politischen System, daran orientierte Veränderungen von Zielen, Strategien und Handeln der Parteien (einschließlich der Grünen) sowie darauf bezogene Medienberichterstattung gesehen. Die strukturellen Veränderungen selbst ergeben sich dabei vor allem auf der Basis von Wahlergebnissen in Bund, Ländern und Gemeinden sowie den damit verbundenen Koalitionsmöglichkeiten der Parteien.

Je nachdem, welche Position die Grünen seit Beginn der 80er Jahre im politischen System der Bundesrepublik innehatten, lassen sich Veränderungen in der Medienberichterstattung über sie mehr oder weniger deutlich wahrnehmen. Wir können für den

⁵⁶ Vgl. Schmitt-Beck 1990; siehe dagegen eine unserer Erachtens realitätsgerechtere Einschätzung der massenmedialen Möglichkeiten für soziale Bewegungen, die von einer interessensbedingten Status quo-Orientierung der Massenmedien ausgeht, bei Joachim Raschke *Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriß*. 2. Aufl. Frankfurt/New York 1988 344.

Zeitraum von zwölf Jahren zwischen 1980 und 1993 sechs sich teilweise überlappende Phasen identifizieren, in denen Art und Umfang der Berichterstattung über die Grünen sich an den jeweiligen politischen Machtkonstellationen, insbesondere an einem Machtzuwachs oder -verlust der Grünen orientierte.⁵⁷

Journalisten nehmen hier nur in geringem Maße eine eigenständige Funktion wahr. Vielmehr erfüllen sowohl privatwirtschaftliche als auch öffentlich-rechtliche Medien im Eigeninteresse in erster Linie eine Vermittlerfunktion für die etablierten Parteien und die Interessen ihrer Anzeigekunden, von denen ihre eigene Existenz abhängt. Insbesondere die »politische Kontrolle der Anstalten durch die Parteien wird eine Selektivität entsprechend der Machtverhältnisse innerhalb des politischen Systems bedingen: Extremmeinungen werden ausgeschlossen bleiben, schwach organisierte Akteure werden unterrepräsentiert sein, die etablierten Parteien werden als Akteure die Nachrichten dominieren.«⁵⁸ Dies schließt ein, daß Journalisten gegenüber den Grünen als dem bislang stets schwächsten Machtfaktor auch zusätzlich eine eigenständige strategische Funktion wahrnehmen.⁵⁹

Dieser Sachverhalt läßt sich zum Beispiel deutlich anhand der unterschiedlichen Medienberichterstattung zur ersten und zur zweiten rot-grünen Koalition in Hessen illustrieren. Während beim ersten Koalitionsversuch schon im Vorfeld die Medien ihre Vermittlerfunktion durch ausgiebige Wiedergabe von Angriffen auf die Grünen aus oppositionellen Wirtschafts- und Politikkreisen erfüllten, wurden die Grünen bei der zweiten Koalition schon fast als Teil des etablierten Systems dargestellt. Die jetzige rot-grüne Koalition war im Gegensatz zur ersten weder bei der SPD noch bei den Grünen innerparteilich besonders umstritten. Von den Grünen konnte Realpolitik erwartet werden. Die Angriffe von Seiten der CDU und der Wirtschaft blieben weitgehend aus. Es gab also diesmal für die Medien kaum Vermittlungsstoff für Angriffe von machtrelevanten Seiten und deshalb auch keine entsprechende Berichterstattung.

Dies werten wir als Beleg für unsere allgemeine These, daß die Massenmedien bei der Nachrichtengabe in der Regel keine relevante eigenständige Position einnehmen, sondern sich auf die Vermittlung der von den politischen Akteuren präsentierten Positionen beschränken, soweit diese Akteure als einflußreich angesehen werden.

Phase 1: 1980 – 1983

In dieser Phase waren die Grünen als eine nicht im Bundestag vertretene Partei kein Machtfaktor. Deshalb sahen auch die anderen Parteien keine besondere Veranlassung, sich mit den Grünen zu beschäftigen. So wie die Grünen von diesen Parteien

57 Es geht uns hierbei nur um globale Trendaussagen, die sich für uns auf der Basis der realen politischen Entwicklung und der Kenntnis der Presseberichterstattung ergeben; für die Fernsehberichterstattung liegen nur wenige empirische Ergebnisse vor, die jedoch über die Jahre hinweg hauptsächlich auf eine Marginalisierung der Grünen hindeuten, vgl. zum Beispiel zur Bundestagswahl 1987 Rainer Mathes et al.: Kommunikationsstrategien der Parteien und ihr Erfolg. Eine Analyse der aktuellen Berichterstattung in den Nachrichtenmagazinen der öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanstalten im Bundestagswahlkampf 1987, in: Max Kaase/Hans-Dieter Klingemann (Hrsg.): Wahlen und Wähler Analysen aus Anlaß der Bundestagswahl 1987, Opladen 1990.531-568

58 Gerhards 1991b 29.

59 Beispiele für offenkundige Benachteiligungen der Grünen findet man bei Gerhards 1991b:35f.; auch für die privatwirtschaftliche Presse vermutet Gerhards, »daß Themen und Akteure, die quer zu den ideologischen Orientierungen der Tageszeitungen liegen, es schwer haben werden, mit ihren Anliegen in den Medien Resonanz zu erzeugen« (S.55) Auf diese Weise relativiert er selbst die in diesem Beitrag ansonsten betonte Bedeutung von Nachrichtenfaktoren als Auswahlkriterien für journalistische Selektionen

weitgehend ignoriert wurden, so wurden sie auch aus der Medienberichterstattung fast vollkommen ausgeblendet.⁶⁰ Bestimmend hierfür war in gewissem Maße auch das damals vorherrschende Partei-Konzept der Grünen, die als Partei der neuen sozialen Bewegungen fast noch eine »Partei wider Willen« waren. Aufgrund dessen gab es teilweise eine indirekte Thematisierung der Grünen durch eine Berichterstattung über Aktivitäten neuer sozialer Bewegungen.

Phase 2: 1983 – 1985⁶¹

Die Grünen waren noch kein Machtfaktor, jedoch seit dem erstmaligen Einzug in den Deutschen Bundestag 1983 als kleine Oppositionspartei immerhin ein »Störfaktor« im etablierten Parteien- und Parlamentssystem. Verstärkt wurde dies dadurch, daß sie auch im Europäischen Parlament, vor allem aber in mehreren Landes- und Gemein-departamenten vertreten waren. Als »Anti-Parteien-Partei« gingen sie auf Konfrontationskurs gegen die »Altparteien« und gegen Strukturen des politischen Systems. Sie mußten von den anderen Parteien zur Kenntnis genommen werden, wurden aber als politische Gegner noch nicht besonders ernst genommen.

In diesem vorgegebenen Rahmen nutzten die Journalisten den »Neuigkeitswert«, die bereitwillige Zulassung und Herstellung von Öffentlichkeit durch die Grünen, soweit sie ihren Berichterstattungsinteressen nach Außergewöhnlichem entgegenkamen (Spektakuläre Aktionen, Transparenz von Entscheidungen, Aufdecken von Skandalen). Im Interesse der anderen Parteien und in ihrem eigenen Interesse gingen die Medien jedoch nach kurzer Zeit zu einer Routine-Berichterstattung über (»Die Grünen stimmten dagegen«). In Übereinstimmung mit den etablierten Parteien verbreiteten die Medien vorrangig den Eindruck, die Grünen seien nur eine vorübergehende Erscheinung.

Phase 3: 1985 – 1987

Die Grünen waren immer noch kein Machtfaktor, aber von anderen Parteien wurde zunehmend die Möglichkeit geschenkt, daß sie zum Machtfaktor werden könnten. Anlaß dazu boten die erste rot-grüne Koalition in Hessen und die »Hamburger Verhältnisse« mit Duldung der SPD-Regierung durch die Grün-Alternative Liste (GAL). Mehr Relevanz bekamen die Grünen auch durch ihre grundsätzliche Bereitschaft zu Koalitionsverhandlungen mit der SPD im Falle einer »rechnerischen Mehrheit« einer rot-grünen Koalition bei der Bundestagswahl 1987.

Die etablierten Parteien reagierten mit Öffentlichkeitsstrategien, in denen die Existenzberechtigung, Politikfähigkeit, Kompromißfähigkeit etc. der Grünen angezweifelt wurde. Es handelte sich um Angriffsstrategien mit dem Ziel der Verhinderung eines Machtzuwachses für die Grünen: Die CDU/CSU versuchte die Grünen als nicht demokratische Partei mit einem ungeklärten Verhältnis zur Gewalt auszugrenzen, von der SPD gab es eine kompromißlose Absage an ein mögliches Regierungsbündnis auf Bundesebene. Beide Parteien stellten die Grünen als eine Ein-Punkt-Partei dar, die insofern nicht als »richtige« Partei anzusehen sei.

Entsprechend waren die Schwerpunkte der Medienberichterstattung, die sich unter anderem auf innerparteiliche Rotations-Auseinandersetzungen, Richtungskämpfe,

60 Vgl. Michael Buß et al. *Fernsehen und Alltag. Eine ARD/ZDF-Studie zum Wahljahr 1980*. Frankfurt 1984 85, 90

61 Für die Presseberichterstattung in den Phasen 1983-1985 und 1985-1987 vgl. Knoche et al. 1990, 1992

Streit und Krisensymptome bei den Grünen konzentrierte. Die Medienberichterstattung fungierte als »Frühwarnsystem«. Die Medien kamen ihrer Mittler-Funktion für die etablierten Parteien nach, indem sie verbreiteten, was diese vorgaben: Grüne als Gefahr für die Demokratie, Hinweis auf Diskrepanz von Anspruch an andere und eigener Praxis, auf mangelnde Glaubwürdigkeit, Grüne als vorübergehende Erscheinung, Marginalisierung als Ein-Punkt-Partei, Angriffe, Diffamierungen bis hin zu Kriminalisierungen.

Phase 4: 1987 – 1989

Durch ihre Stimmengewinne bei der Bundestagswahl 1987 wurden die Grünen zunehmend zu einem Machtfaktor, zumal sie sich auch innerparteilich von einer Protest- und Bewegungspartei zu einer Parlamentspartei⁶², also zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz für die etablierten Parteien entwickelt hatten. In diese Richtung wirkte vor allem die wachsende innerparteiliche Bereitschaft zu rot-grünen Koalitionen, der auch in der unerwarteten Regierungsbeteiligung der Alternativen Liste (AL) in Berlin zum Ausdruck kam. Die etablierten Parteien reagierten mit einer neuen Strategie, der Absorption von Themen (»Themenklau«), Konzepten und Personen der Grünen, die sich entsprechend in der Medienberichterstattung niederschlug. Die Grünen sollten dadurch als überflüssig erscheinen, daß die Lösung der von den Grünen ins öffentliche Bewußtsein gerückten Probleme durch die etablierten Parteien angekündigt wurde.

Phase 5: 1989 – 1990

Zwar war mit den rot-grünen Koalitionen in Niedersachsen und Hessen sowie mit der »Ampelkoalition« in Brandenburg ein Machtzuwachs für die Grünen verbunden, der allerdings durch das Scheitern der rot-grünen Koalition in Berlin kurz vor der Bundestagswahl geschwächt wurde. Durch die politische Entwicklung im Zusammenhang mit der deutschen Vereinigung kamen die Grünen jedoch im Jahr vor der Bundestagswahl 1990 in der Medienberichterstattung nur noch am Rande vor, ohne daß es besonderer Strategien der etablierten Parteien bedurfte. Die Strategie der etablierten Parteien, ihre eigenen Themen in den Vordergrund zu rücken, war erfolgreich bis zu einem Wahlkampf, »in dem die GRÜNEN in den Medien praktisch nicht stattfanden«.⁶³ Man kann in diesem Fall interpretieren, daß die Grünen aufgrund der gesamtdeutschen Entwicklung mit den schlechten Wahlergebnissen für Bürgerbewegungen und Grüne in der ehemaligen DDR und mit ihrer eigenen zögerlichen Haltung hinsichtlich der Deutschlandpolitik für die Massenmedien aus dem Blick gerieten.

Phase 6: 1990 – 1993

Das überraschende Scheitern an der 5-Prozent-Hürde bei der Bundestagswahl 1990 war für die Grünen ein empfindlicher Rückschlag, der bis 1993 auf Bundesebene kaum überwunden ist. Das Nicht-Vorhandensein einer starken Grünen-Fraktion im Bundestag bewirkte eine geringe Publizität in den Medien. Dies wurde nur zum Teil durch eine verstärkte Berichterstattung über die Grünen in den Bundesländern kompensiert, in denen sie eine relevante Rolle als Opposition oder in einer Regierungskoalition spielen.

62 Vgl. Joachim Raschke: Die Grünen zwischen Bewegungs- und Parlamentspartei, in: Gegenwartskunde, 36. Jg. 1987, 171–184

63 Kleinert 1992: 283

10.5 Grüne Medien-Zukunft: Gegenmacht statt Gegenöffentlichkeit?

Aufgrund der skizzierten Systemzusammenhänge kann es nicht *das* allgemein gültige Verhältnis der Grünen zu *den* Massenmedien geben, ebensowenig *das* Bild der Grünen in *den* Massenmedien. Entsprechend kann es auch keine allgemeingültigen zeitunabhängigen Handlungsanweisungen oder Rezepte geben, wie die Grünen am besten in die Medien kommen. Die mehr als zehnjährige konkrete Entwicklung des Verhältnisses von Grünen und Massenmedien zeigt vielmehr deutlich, daß dieses Verhältnis und entsprechend das Medienbild der Grünen im Zeitverlauf variiert.

Eine wesentliche Voraussetzung für die Entwicklung von erfolgversprechenden Handlungsstrategien der Grünen gegenüber den Massenmedien ist eine realitätsgerechte Analyse der Ursachen für die bisherige mediale Darstellung der Grünen. Mit wissenschaftlicher Analyse wird eine möglichst rationale Ursachenbestimmung angestrebt, die von empirischen Belegen gestützt wird. Letztendlich gelingt dabei wegen der Vielzahl der Wirkungsfaktoren nur ein vorläufiger Plausibilitätsbeweis. In diesem Sinn ist auch unser nachfolgender Versuch einer Zusammenfassung unserer Analysen zu verstehen.

Das Verhältnis Grüne und Massenmedien ist vorrangig abhängig von den jeweiligen Machtkonstellationen in der Gesellschaft, weil sich die Massenmedien vorrangig an diesen Konstellationen orientieren. In weit geringerem Maß wird dieses Verhältnis auch von den Grünen selbst bestimmt, stets in Abhängigkeit von

- ihrer konkreten Position im Parteien- und Regierungssystem,
- ihrem Parteikonzept sowie den daran orientierten politischen Zielen und Handlungen sowie
- den damit verbundenen Öffentlichkeitsstrategien von Partei/Fraktionen.

Einflußfaktoren für das Verhältnis der Grünen zu Massenmedien nach verschiedenen Parteikonzepten

Parteikonzept/ Position im Parteiensystem	Öffentlichkeitsstrategie	Verhältnis zu Massenmedien
Bewegungs-/ Protestpartei	Außerparlamentarische Aktion/ Mobilisierung/ Gegenöffentlichkeit	Alternativmedien Konfrontation
Oppositionspartei	Spektakuläre Aktion/ Demonstration/ Herstellen von Öffentlichkeit	Distanz
Konkurrenzpartei	Öffentlichkeitsarbeit/ Information	Kooperation
Regierungskoalitions- partei	Politisches Marketing/ Information/ Imagebildung	Symbiose

Als Ursachen für den im vorangehenden skizzierten phasenweisen Wandel im Verhältnis Grüne – Massenmedien sehen wir hauptsächlich Veränderungen hinsichtlich der folgenden Faktoren:

1. Die Wahlentscheidungen in der Bevölkerung als Basis für die politische Machtverteilung;
2. Die Machtkonstellation im Parteienwettbewerb (Macht- und Kräfteverhältnisse, Mehrheiten, Parteienkonkurrenz, Regierungskoalitionen in Bund und Ländern, Koalitionsaussagen);
3. Die allgemeine politische Entwicklung (Aktuelle Wichtigkeit bestimmter politischer Probleme, Notwendigkeit von Lösungen);
4. Die an der jeweiligen Machtkonstellation und der allgemeinen politischen Entwicklung orientierten Öffentlichkeitsstrategien der anderen Parteien für die eigene Politik und gegenüber den Grünen (Problem-Thematisierungen und Lösungsangebote, Angriff, Mißachtung, Marginalisierung, Abgrenzung, Zustimmung oder Angebote für Zusammenarbeit gegenüber den Grünen);
5. Das Partei-Konzept der Grünen und ihre innerparteiliche Entwicklung (prinzipielles Verhältnis zu den anderen Parteien und den Massenmedien, Vorherrschen von bestimmten Strömungen, Öffentlichkeits-Ressourcen und -Strategien, Professionalisierung, politische Richtung, Positionierung der eigenen politischen Schwerpunkte im politischen Entwicklungszusammenhang, Grad der Radikalität oder Kompromißbereitschaft der politischen Ziele und Handlungen);
6. Die Art und die politische Richtung der Massenmedien (öffentlicht-rechtliche oder privatwirtschaftliche Medien, Fernsehen, Radio oder Presse, überregionaler oder lokaler Bezug, politische Richtung des Mediums).

Vielzahl und Komplexität der Wechselwirkungsprozesse von gegenseitiger Beeinflussung, Abhängigkeit und Anpassung der Einflußfaktoren kann hier nur angedeutet werden. Darauf gerichtete Forschung steht erst am Anfang.⁶⁴ Auszugehen ist von *dynamischen Wechselwirkungsmodellen* mit einer Vielzahl von Einzel-Variablen, deren konkrete Bedeutung im *Zeitverlauf* variiert. Mit Sicherheit kann gesagt werden, daß die gesellschaftliche Wirklichkeit sich keineswegs auf die bei den Grünen und oft in der Wissenschaft diskutierten Alternativen reduzieren läßt. Es geht nicht nur um die Alternativen von Anpassung an die Medien oder nicht, um professionelle Öffentlichkeitsarbeit oder nicht, um »Nachrichtenwerte« oder »instrumentelle Aktualisierung«, um »Realpolitik« oder »Fundamentalopposition« etc.

Eine mögliche Anpassung an die Medien zum Beispiel kann nur ein – nachgeordneter – Bedingungsfaktor unter vielen sein, um die Medienberichterstattung von Seiten der Grünen zu beeinflussen. Unter Umständen kann auch *ohne* Anpassung ein

⁶⁴ Ahnlich viele »Einflußkräfte auf die Nachrichtenauswahl« werden auch von Kepplinger vorgestellt, jedoch in einer völlig anderen Gewichtung und im übrigen auch nicht speziell auf die Grünen bezogen, dem herkömmlichen *Kausal/Ursache-Wirkung*-Modell der Nachrichtenwerttheorie stellt er ein *Finalmodell* gegenüber, in dem Journalisten gemäß ihren *subjektiven* politischen Intentionen durch *instrumentelle Aktualisierung* in ihrer Berichterstattung gezielt eine Seite fördern oder behindern; vgl. Hans Mathias Kepplinger. Theorien der Nachrichtenauswahl als Theorien der Realität, in: Aus Politik und Zeitgeschichte Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, B15/89, 7.4.1989.9ff. Wir kommen aufgrund unserer Studien zwar auch zu dem Schluß, daß Nachrichtenfaktoren weniger die *Ursache* von Selektionsentscheidungen von Journalisten sind als vielmehr nur zur *Legitimation* dieser Entscheidungen dienen; wir sehen aber kaum Belege für die entscheidende Funktion *subjektiver* journalistischer Intentionen, da wir diese in Abhängigkeit von den Intentionen der Medieneigentümer und in Abhängigkeit vom weiteren politischen Systemzusammenhang sehen

besseres Bild der Grünen in den Massenmedien und damit in einer breiteren Öffentlichkeit erreicht werden, zum Beispiel allein schon durch eine veränderte Machtkonstellation im Parteiensystem (Regierungskoalition) und eine darauf basierende veränderte Öffentlichkeitsstrategie einer anderen Partei oder eines Koalitionspartners gegenüber den Grünen. Denn darauf stellen sich die Massenmedien in der Regel in ihrer Berichterstattung unmittelbar ein.

Daraus läßt sich allerdings kein Plädoyer für politische Passivität ableiten. Gefragt ist im Gegenteil eine neue Art von Aktivität: Weg von den einfachen Alternativen, das heißt sich einlassen auf die Komplexität der politischen und gesellschaftlichen Realität. Weg von Bekennertum, überhöhten Ansprüchen und Schuldzuweisungen, hin zu Analyse und rationalen, *funktionalen* Problemlösungen und daran orientiertem realitätsgerechtem *strategischem* Planen und Handeln. Es reicht also keineswegs aus, bessere Öffentlichkeitsarbeit zu machen, bessere Pressemitteilungen zu schreiben, bessere Pressekonferenzen zu veranstalten etc. In einem derartigen Konzept werden auch die Faktoren Gegenöffentlichkeit durch Alternativmedien einbezogen, allerdings ohne Verklärungen, Überschätzungen und Illusionen.

Wir haben die *realen* Einflußfaktoren auf die Medienberichterstattung hier bewußt in dieser – sicher noch nicht vollständigen – Vielzahl vorgestellt, um einen Eindruck von der Komplexität des Verhältnisses Grüne – Massenmedien zu vermitteln. Daraus läßt sich ableiten, daß es mit *abstrakten, passiven* Bekenntnissen zur Presse- und Meinungsfreiheit nicht getan ist. Als Zeichen einer folgenreichen *Interventionschwäche* wäre es in diesem Zusammenhang zu werten, wenn die folgende Position tatsächlich die medienpolitische Realität der Grünen wiedergeben würde: »(DIE GRÜNEN) versuchen – anders als die anderen Parteien – weder die Berichterstattung zu beeinflussen, noch starten sie Kampagnen gegen einen bestimmten Sender. DIE GRÜNEN haben gelernt, mit der Tatsache zu leben, daß sie von den öffentlich-rechtlichen Medien benachteiligt werden, daß sie in fast allen Medien Objekt höchst selektiver Berichterstattung sind, daß ihnen sogar der unzensierte Abdruck von Anzeigen verweigert wird. Sie intervenieren nur dann, wenn kritische JournalistInnen gemäßregelt werden.«⁶⁵ In *Wirklichkeit* haben die Grünen in einer Vielzahl von Fällen *Interventionsstärke* gezeigt, die dem aufgezeigten System- und Machtzusammenhang adäquat ist. Öffentlich bekannt gewordene Beispiele hierzu sind die Versuche, in Wahlkämpfen eine Teilnahme der Grünen an Fernsehrunden mit Parteienvertretern gerichtlich durchzusetzen. Auch ihre Forderungen nach Sitz und Stimme in Rundfunkräten zählen hierzu.

Aus den Ergebnissen unserer langfristigen Inhaltsanalysen der Presseberichterstattung sowie aus unseren Bevölkerungs- und Abgeordnetenbefragungen ergibt sich für uns zusammenfassend: Maßgebend für die Darstellung der Grünen in den Massenmedien kann nicht das individuelle Wollen von ohnehin wenigen »grünen-nahen« Journalisten sein. Maßgebend kann auch nicht der gute Wille, die »Überzeugungskraft der besseren Argumente« oder ein Mehr an Professionalität der Grünen sein. Vielmehr können die Grünen nur in dem Maße eine »bessere Presse« bekommen, in dem sie in das bestehende »Symbiose«-System integriert sind, das heißt als ernstzunehmender Machtfaktor im politischen System angesehen werden. Das bedeutet keineswegs, sich an das bestehende System inhaltlich und formal zu weitgehend anpas-

65 Norbert Franck, Referent für Presse- bzw. Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesvorstand der Grünen, in Wittkämper (Hrsg.) 1992 209

sen zu müssen (»Verlust der grünen Identität«). Vielmehr eröffnet bereits eine Wahrnehmung als relevanter Konkurrent die Möglichkeit, das Standing der Grünen in den Medien entscheidend zu verbessern.

Zum »Machtfaktor« können die Grünen in erster Linie durch günstige Wahlergebnisse und Regierungsbeteiligungen werden. Aber auch in der schwächeren Position einer kleinen Oppositionspartei gibt es durchaus Möglichkeiten, durch »machtbewußtes« Handeln Druck auf die Medien auszuüben. Grundsätzlich gilt jedoch, daß sich die Grünen in einem gewissen *Circulus vitiosus* befinden: Solange die Grünen keine Macht haben, können sie keine »gute Presse« erreichen, und solange sie keine »gute Presse« haben, können sie keine Macht bekommen. Macht muß also zu einem beträchtlichen Teil nach wie vor *ohne* oder sogar *gegen* die etablierten Massenmedien errungen werden. Eine alleinige Fixierung an diesen Medien wäre demnach in der gegenwärtigen Phase verfehlt. Um einen größeren Stimmenanteil bei Wahlen und damit mehr Macht zu erreichen, müssen auch – wie bisher – andere Kommunikationskanäle genutzt werden. Hierzu könnte auch die Reaktivierung von Konzepten zu Gegenöffentlichkeit, Alternativmedien oder »grüner« Medien nützlich sein, jedoch nicht nur programmatisch-voluntaristisch wie bisher, sondern auf der Basis von konkreten finanziellen und personellen Anstrengungen.⁶⁶

Folglich kann die schwierige Aufgabe, das Bild der Grünen in Massenmedien und Öffentlichkeit und darüber die gesellschaftliche Position der Grünen zu verbessern nicht allein von Referenten für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in mehr oder weniger gut ausgerüsteten Pressestellen geleistet werden. Erforderlich ist vielmehr ein analytisch-strategisches Denken, Planen und Handeln der grünen Politiker und der in der Partei Verantwortlichen im Kontext der dargestellten Einflußkomplexe. Die aktiven Politiker sind für die Medien und die Öffentlichkeit die relevanten Kommunikatoren, die Presse- und Öffentlichkeitsreferenten können nur sachkundige Mittler zwischen Politik und Medien sein. Professionelle Öffentlichkeitsarbeiter müssen also in erster Linie die politisch Verantwortlichen selbst sein.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist, soll sie effektiv sein, mehr als Alltagsroutine. Eine *strategisch* geplante Öffentlichkeitsarbeit bis hin zum Einsatz von Mitteln des politischen Marketings erfordert eine Bereitstellung von zusätzlichen Ressourcen; sie ist auch nicht möglich ohne die Unterstützung von wissenschaftlicher Politik- und Medienberatung. Auf diese Weise könnten die Grünen auf dem Weg sein zu einer wirklichen »Partei neuen Typs«, die – weg von überhöhten Ansprüchen des zwanghaft »Anders-sein-wollens«, weg von Bewegungs- und Gegenöffentlichkeits-Illusionen – machtbewußt und zielgerichtet im bestehenden ökonomisch-politischen System mit *inhaltlich* radikaler »neuer Politik« neue *Partei*-Bewegungen in Gang setzt: von der neuen *sozialen* zur neuen *politischen* Bewegung, von der Gegenöffentlichkeit gegen das System zur *Gegenmacht im System*, von der Protestpartei zur Regierungskoalitionspartei. Diese neue grüne Partei wäre noch ausreichend *anders* als die »Altparteien«, aber nur in dem Maße, in dem es nicht hinderlich ist, um grüne Politik voran zu bringen.

66 Beispiele hierfür sind die Herausgabe von grünen Medien in den Landesverbänden und seit kurzem auch vom Bundesvorstand

Joachim Raschke

Die Grünen

Wie sie wurden, was sie sind

Mit Beiträgen von

Gudrun Heinrich, Christoph Hohlfeld,
Björn Johnsen, Manfred Knoche, Monika Lindgens,
Frank Nullmeier, Jürgen Oetting, Peter Raschke,
Roland Roth, Helmut Wiesenthal

Bund-Verlag

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Die Grünen : Wie sie wurden, was sie sind / Joachim Raschke
Mit Beitr. von Gudrun Heinrich ... - Köln : Bund-Verl. , 1993
ISBN 3-7663-2474-8
NE Raschke, Joachim u.a.

© 1993 by Bund-Verlag GmbH, Köln
Verlagsplanung Hans-Josef Legrand
Lektorat: Karin Raschke
Herstellung: Heinz Biermann
Umschlaggestaltung: Hartwig Kloevkorn
Fotograf: Nikolaus Hermann
Druckvorlage und Schaubilder: Peter Raschke
Druck: Kösel, Kempten
Printed in Germany 1993
ISBN 3-7663-2474-8

Alle Rechte vorbehalten,
insbesondere die
des öffentlichen Vortrags,
der Rundfunksendung und der Fernsehausstrahlung,
der fotomechanischen Wiedergabe,
auch einzelner Teile.

Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier